

Prospek Bisnis Transportasi Online dalam Masyarakat Industrial

: Pendekatan *Islamic Innovation Disruptif*

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagian Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam



Oleh:

LAILA MAGFIROH

NIM. 1504120436

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

TAHUN 1441 H / 2019 M

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : PROSPEK BISNIS TRANSPORTASI *ONLINE*
DALAM MASYARAKAT INDUSTRIAL:
PENDEKATAN *ISLAMIC DISRUPTIF*

NAMA : LAILA MAGFIROH
NIM : 1504120436
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN : EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI : EKONOMI SYARIAH
JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, Oktober 2019

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ahmad Dakhoir, S.HI, M.HI
NIP. 198207072006041003

Sofvan Hakim, S.E, M.M
NIDN.2023018502

Mengetahui,

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam

Dr. Sabian Utsman, S.H.M.Si
NIP. 196311091992031004

Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I, MSI
NIP. 198403212011011012



NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**
Saudari Laila Magfiroh

Palangka Raya, Oktober 2019
Kepada
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi
FEBI IAIN Palangka Raya
di-
Palangka Raya

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya,
maka kami berpendapat bahwa skripsi saudari :

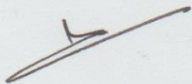
NAMA : **LAILA MAGFIROH**
NIM : **1504120436**
JUDUL : **PROSPEK BISNIS TRANSPORTASI *ONLINE* DALAM
MASYARAKAT INDUSTRIAL: PENDEKATAN *ISLAMIC*
*DISRUPTIF***

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.

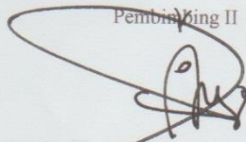
Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


Dr. Ahmad Dakhoir, S.HI, M.HI
NIP. 195809081979031002

Pembimbing II


Sofyan Hakim, S.E, M.M
NIDN.2023018502

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "**PROSPEK BISNIS TRANSPORTASI ONLINE DALAM MASYARAKAT INDUSTRIAL MELALUI PENDEKATAN ISLAMIC INNOVATION DISRUPTIF**" oleh Laila Magfiroh NIM : 1504120436 telah dimunaqasyahkan Tim Munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 1 Rabiul Awal 1441 H/30 Oktober 2019

Palangka Raya, 30 Oktober 2019

Tim Penguji

1. Muhammad Noor Sayuti, M.E
Ketua Sidang
2. Dr.H. Sugiyanto, M.Pd
Penguji I
3. Dr. Ahmad Dakhoir, M.HI
Penguji II
4. Sofyan Hakim, M.M
Sekretaris Sidang

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

(.....)

Dr.Drs. Sabian Utsman, S.H,M,Si
NIP. 196311091992031004



PROSPEK BISNIS TRANSPORTASI *ONLINE* DALAM MASYARAKAT INDUSTRIAL PENDEKATAN *ISLAMIC DISRUPTIF*

Oleh Laila Magfiroh

ABSTRAK

Transportasi *Online* adalah model bisnis yang inovatif, kombinasi antara teknologi dan moda transportasi yang bisa dinikmati melalui sentuhan jari dimana segala yang dibutuhkan masyarakat sudah tersedia lewat *smartphone*. Adapun keunggulan dari transportasi *online* dibandingkan dengan ojek konvensional adalah murah, efisien dan praktis. *Disruption* adalah inovasi yang menggantikan teknologi lama dengan teknologi digital yang menghasilkan sesuatu yang benar-benar baru dan lebih bermanfaat.

Rumusan masalah: (1) Bagaimana perkembangan prospek bisnis transportasi *online* di era saat ini ?. (2) Mengapa bisnis transportasi *online* sangat prospektif ?. Tujuan penelitian: (1) Mengetahui perkembangan prospek bisnis transportasi *online* di era saat ini. (2) Mengetahui prospek bisnis transportasi *online*.

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Library Research* atau kajian pustaka, yang mengumpulkan data dari literatur dan sumber-sumber lain yang mendukung dan mempunyai kaitan dengan pembahasan pada penelitian ini. Adapun hasil dari penelitian ini adalah: (1) Perkembangan bisnis transportasi di Indonesia begitu cepat dan pesat terlihat bahwa hadirnya transportasi *online* di Indonesia memberikan kemudahan masyarakat dalam aktivitas sehari-hari salah satunya seperti membelikan makanan. Serta hal ini dilihat dari kemudahan dan pencapaian-pencapaian yang diterima oleh Grab dan Gojek sebagai perusahaan yang menyandang status *Decacorn* (perusahaan yang memiliki valuasi lebih dari US\$ 10 miliar). (2) Bisnis transportasi *Online* sangat prospektif hal ini dilihat dari segi pendapatan yang didapat oleh *driver* ojek dan taksi *online* bahwa pendapatan meningkat dibandingkan dengan pendapatan ketika menjadi ojek konvensional. Serta kesiapan generasi *millennial* dalam menerima perubahan-perubahan

khususnya dalam bidang transportasi *online* semakin menjadikan transportasi ini berkembang dengan cepat.

Kata Kunci: Transportasi *Online*, Bisnis, dan Disruptif

THE PROSPECTS OF ONLINE TRANSPORTATION BUSINESS IN ISLAMIC DISRUPTIVE INDUSTRIAL COMMUNITIES

By Laila Magfiroh

ABSTRACT

Online Transportation is an innovative business model, a combination of technology and transportation that can be enjoyed through the touch of a finger and everything the people needs is available via a smartphone. The advantages of online transportation compared to conventional transportation are cheap, efficient and practical. *Disruption* is an innovation that replaces old technology with digital technology that produces something completely new and more useful.

Research problem : (1) How is the development of prospectsof online transportation business in the current era? (2) Why is the online transportation business so prospective? Objectives of the researc: (1) To know the development of prospectsof online transportation business in the current era. (2) To know the prospects of online transportation business.

This research is a library research. The method used in this study is the Library Research or literature review, which collects the data from literature and other sources that support and related to this study. The results of this research are: (1) The development of the transportation business in Indonesia is so fast and rapid, that it can be seen that the presence of online transportation in Indonesia makes it easy for people in their daily activities such as ordering food. Then this can be seen from the ease and achievements received by Grab and Gojek as a company that bears *Decacorn* status (a company that has a valuation of more than US\$ 10 billion). (2) Online transportation business is very prospective, in terms of income obtained by online transportation drivers is increases, compared to income when they was a conventional transportation driver. The readiness of the millennial generation to accept changes, especially in the field of online transportation, making this transportation develop quickly.

Keywords: OnlineTransportation., Business, and Disruptive

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur hanya bagi Allah SWT, Tuhan Pemberi nikmat dan hidayah. Shalawat serta salam tercurah kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, juga *ahlu al-bait*, para sahabat dan seluruh kaum muslimin dan muslimat hingga akhir zaman. Tepat bulan Oktober tahun 2019 penulis mengungkapkan rasa syukur yang sedalam-dalamnya karena dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Prospek Bisnis Transportasi Online dalam Masyarakat Industrial : Pendekatan Islamic Disruptif**”, meski dalam proses penelitian serta penyusunan menghadapi berbagai hambatan dan rintangan.

Skripsi ini merupakan salah satu dari Tridarma Perguruan Tinggi. Melakukan penelitian untuk menjawab permasalahan yang ada di masyarakat. Pembahasan mengenai Transportasi *Online* sudah banyak dibahas dalam jurnal-jurnal maupun tulisan penelitian. Pada skripsi ini dibahas mengenai Prospek Bisnis Transportasi *Online* dalam Masyarakat Industrial : Pendekatan *Islamic Disruptif*.

Skripsi ini terbagi atas tiga pembahasan utama yang mengambil acuan dari filsafat ilmu, pertama ontologi, yaitu mencari teori yang ada, kedua epistemologi, yaitu menggunakan teori untuk mencari kebenaran dan titik temu dari teori yang sudah ada, dan yang ketiga aksiologi, yaitu nilai kegunaan dari penelitian ini. Pembahasan tersebut

dituangkan ke dalam dua rumusan masalah Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang membantu penelitian dan penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir, secara langsung maupun tidak langsung, di antaranya adalah:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag. Selaku rektor IAIN Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Sabian Utsman, S.H, M.Si. Selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya.
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I., MSI. Selaku ketua jurusan Ekonomi Islam di IAIN Palangka Raya.
4. Bapak M. Zainal Arifin, M.Hum. Selaku dosen penasehat akademik selama penulis menjalani perkuliahan.
5. Bapak Dr. Ahmad Dakhoir, S.HI, M.HI. Selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan serta saran kepada penulis selama penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
6. Bapak Sofyan Hakim, S.E, M.M. Selaku dosen pembimbing II yang juga selalu membimbing penulis dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan arahan, pikiran dan penjelasan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga, materi, untuk dapat membagi ilmu di sela kesibukan.
8. Semua teman-teman program studi Ekonomi Syari'ah angkatan 2015 kelas C, khususnya para sahabat-sahabat saya yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian ini.

Saya sebagai penulis menyadari bahwa dalam karya ini masih terdapat banyak kekurangan dan kekhilafan. Maka dari itu penulis berharap adanya kritik yang

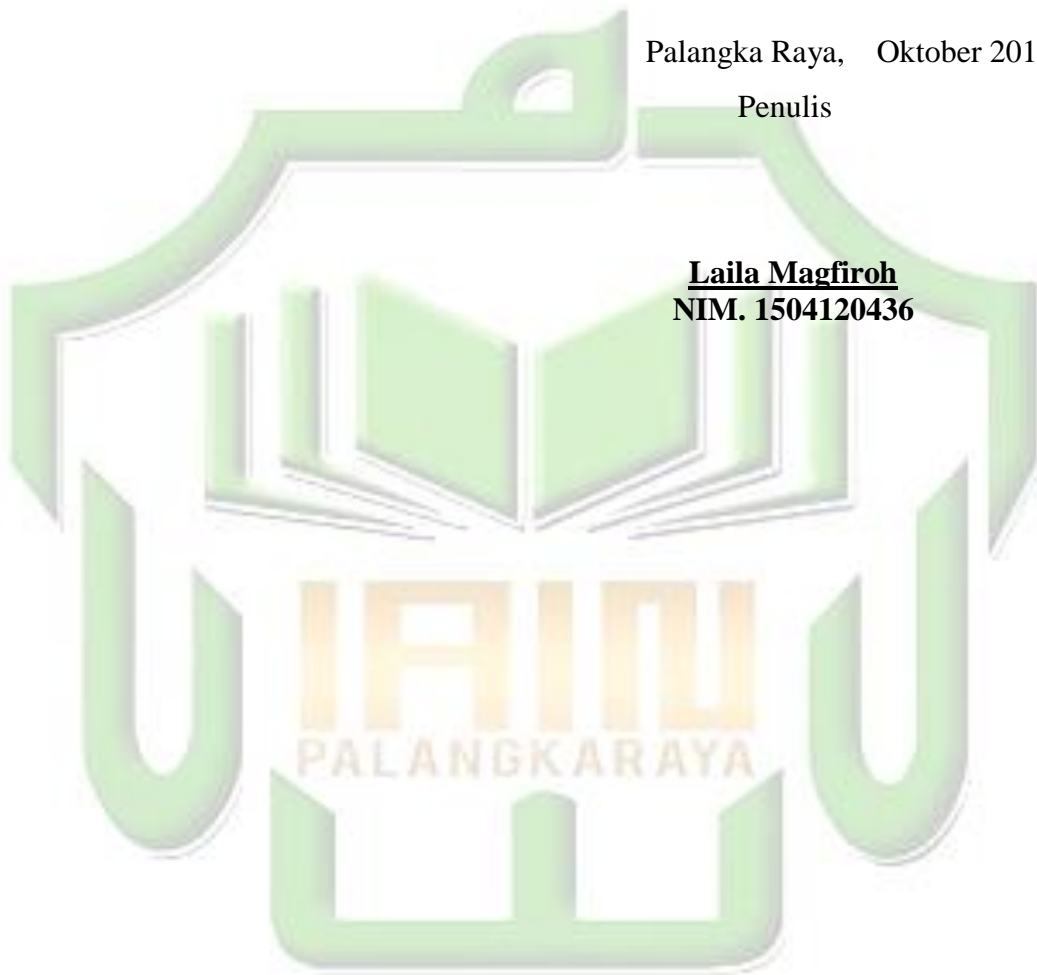
membangun dari para ahli dan pembaca dalam skripsi ini. Penulis menerima dengan senang hati disertai ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya. Semoga skripsi ini dapat menjadi berkah dan pahala yang mengalir bagi penulis serta skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin yaa rabbal aalamiin

Wassalamualaikum. Wr.Wb

Palangka Raya, Oktober 2019

Penulis

Laila Magfiroh
NIM. 1504120436





PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**PROSPEK BISNIS TRANSPORTASI ONLINE DALAM MASYARAKAT INDUSTRIAL MELALUI PENDEKATAN *ISLAMIC DISRUPTIF***" benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Oktober 2019

Yang Membuat Pernyataan



Laila Magfiroh

NIM. 1504120436

MOTTO

“Dalam revolusi industri, bukan ikan yang besar yang memangsa ikan kecil, tapi ikan tercepatlah yang memakan ikan paling lamban”

-Klaus Schwab



PERSEMBAHAN



Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT. atas berkat dan rahmat-Nya yang telah memberikan kemudahan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Maka dengan segala kerendahan hati karya ini saya persembahkan kepada:

Almarhum abah (H. Aspar) dan mama (Hj. Rahmi) tersayang yang telah mendahului meninggalkan dunia. Semoga doa, didikan, dan nasehat beliau menjadikanku anak yang berbakti, dan aku bisa membanggakan abah dan mama dunia dan akhirat serta aku menjadi amal yang tak terputus untuk beliau berdua.

ketiga kakakku (Nurus Syarif, Siti Mariah, dan Maliki), terimakasih untuk dukungannya sampai detik ini.

Orang-orang baik disekelilingku, sahabat-sahabatku (muna, nita, Iya, caca) yang telah menemani sejauh ini, serta orang-orang terkasih yang selalu mendukung, memberikan semangat dan doa untukku.

Tak lupa pula, teman-teman seperjuanganku Ekonomi Syariah kelas C angkatan 2015. Semoga dimasa depan kita dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Semoga Allah Merahmati kita semua....Aamiin

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Ṣā'</i>	Ṣ	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	H	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Ḍal</i>	Ḍ	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet

س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Ṣād</i>	Ṣ	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	d	de titik di bawah
ط	<i>Tā'</i>	ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	Z	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	...'	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka
ل	<i>Lām</i>	L	El
م	<i>Mīm</i>	M	Em
ن	<i>Nūn</i>	N	En

و	Waw	W	We
هـ	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...'	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena *tasydīd* Ditulis Rangkap:

مُتَعَاقِدِينَ	Ditulis	<i>muta'āqqidīn</i>
عِدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūtah* di Akhir Kata.

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

الله نعمة	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
-----------	---------	--------------------

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-fītri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

—َ—	Fathah	Ditulis	A
—ِ—	Kasrah	Ditulis	I
—ُ—	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	Ā
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	Ī
مجيد	Ditulis	<i>Majīd</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap:

Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal-vokal Pendek Yang Berurutan Dalam Satu Kata, Dipisahkan dengan Apostrof.

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furūd</i>
هل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	x
MOTTO	xi
PERSEMBAHAN.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	6
F. Metodologi Penelitian	8
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	8
2. Pendekatan dan Jenis Penelitian	8
3. Sumber Data	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kajian Teoritik	15
1. Prospek Bisnis.....	15
2. Masyarakat Industri	17
3. Konsep <i>Islamic Disruptif</i>	24
C. Kerangka Pikir	33

BAB III PENYAJIAN DATA

A. Sejarah Transportasi Berbasis Online di Indonesia	35
B. Kebijakan Transportasi di Indonesia	38

BAB IV ANALISIS & PEMBAHASAN

A. Analisis Perkembangan Transportasi <i>Online</i> di Era Masyarakat Industrial	44
1. Perkembangan Transportasi <i>Offline</i>	44
2. Dinamika Transportasi <i>Online</i>	49
3. Inovasi Transportasi <i>Online</i> dalam Masyarakat Industrial	58
B. Analisis Prospek Bisnis Transportasi <i>Online</i> di Era Masyarakat Industrial	63
1. Prospek <i>Income</i> (Pendapatan) Transportasi <i>Online</i>	64
2. Kesiapan Masyarakat Millennial Terhadap Penggunaan Transportasi <i>Online</i>	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	73
B. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Revolusi industri pada abad ke 19 telah membuka jalan bagi moda transportasi, baik transportasi darat, laut maupun udara. Kendaraan bermotor menggantikan kereta kuda. Kapal uap dan kapal motor mengambil alih peranan kapal layar. Kereta api diciptakan sebagai salah satu moda transportasi yang baru. Pesawat udara yang dalam waktu singkat pun kapasitasnya meningkat berlipat ganda, setelah pesawat bermesin jet dan berbadan lebar dioperasikan pada tahun 1970an.¹

Perkembangan teknologi berkembang sangat pesat terutama dalam bidang telekomunikasi di seluruh dunia menyebabkan setiap negara di segala penjuru dunia harus mampu bersaing dengan pemanfaatan teknologi serta mengaplikasikannya di dalam aktivitas sehari-hari. Pada bidang transportasi, beralihnya jasa transportasi konvensional/ tradisional ke jasa transportasi online/ modern merupakan bagian dari kemajuan teknologi.²

Transportasi merupakan salah satu fasilitas bagi suatu daerah untuk maju dan berkembang serta transportasi dapat meningkatkan aksesibilitas atau hubungan suatu daerah karena aksesibilitas sering dikaitkan dengan daerah. Untuk membangun suatu pedesaan keberadaan prasarana dan

¹ Muchtarudin siregar, *Beberapa Masalah Ekonomi dan Manajemen Transportasi*, Jakarta : Lembaga penerbit Fakultas Ekonomi UI, 2012, h. 2-3.

²Ahsani Amalia Anwar, "Online VS Konvensional: Keunggulan dan Konflik Antar Moda Transportasi di Kota Makassar", *Jurnal Etnografi Indonesia*, Vol 2 Edisi 2, Desember 2017, h, 223.

sarana transportasi tidak dapat terpisahkan dalam suatu program pembangunan. Kelangsungan proses produksi yang efisien, investasi dan perkembangan teknologi serta terciptanya pasar dan nilai selalu didukung oleh system transportasi yang baik. Transportasi faktor yang sangat penting dan strategis untuk dikembangkan, diantaranya adalah untuk melayani angkutan barang dan manusia dari satu daerah ke daerah lainnya dan menunjang pengembangan kegiatan-kegiatan sektor lain untuk meningkatkan pembangunan nasional di Indonesia.³

Transportasi menghasilkan produk yang disebut jasa transportasi. Produk ini tidak bisa disimpan maka akan habis dipakai ataupun tidak dipakai. Keperluan akan jasa transportasi mengikuti perkembangan berbagai kegiatan manusia yang terjadi di berbagai sektor ekonomi dan kehidupan. Meningkatnya jumlah kendaraan telah menimbulkan kemacetan, sehingga menurunkan kecepatan lalu lintas yang mengakibatkan diperlukannya waktu dan biaya yang lebih besar untuk perjalanan dalam kota dibandingkan dengan perjalanan yang sama jaraknya diluar kota. Polusi merupakan akibat dari kepadatan lalu lintas serta bertambahnya gedung-gedung di kota terus meningkat. Kecelakaan lalu lintas dalam kota terus meningkat dengan makin ramainya lalu lintas. Tingkat kecelakaan ini pun tak lepas dari disiplin lalu lintas yang rendah.⁴

³ Andriansyah, *Manajemen Transportasi dalam Kajian dan Teori*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof.Dr. Moestopo Beragama, Jakarta: 2015, h.2

⁴ *Ibid*, h. 10.

Pada abad ke-21 jumlah kota yang berpenduduk lebih dari 5 juta jiwa meningkat dari 21 kota menjadi lebih dari 60 kota diantara 40 lebih adalah kota-kota di negara sedang berkembang. Perkembangan kota akan menimbulkan beban yang berat bagi negara sedang berkembang, tentunya diperlukan fasilitas transportasi dalam kota dengan biaya yang besar dan yang mungkin tidak dapat diatasi dengan kemampuan yang ada.⁵

Teknologi tentunya diciptakan dengan maksud dan tujuan agar mempermudah berbagai aktivitas manusia sehari-hari. Berkaitan dengan ini, kehadiran transportasi berbasis online menjawab kebutuhan masyarakat era digital saat ini. Transportasi online yang dalam hal ini adalah Grab dan Gojek, kedua transportasi online tersebut menjadi alternatif yang banyak digemari oleh masyarakat karena beragam keunggulannya yang ditawarkan oleh masing-masing penyedia layanan tersebut yang mencakup: kepraktisan, transportasi, keterpercayaan, keamanan, kenyamanan, asuransi, ragam fitur, diskon dan promosi (selanjutnya disebut promo), dan lahan kerja baru/sampingan.⁶

Transportasi online adalah salah satu contoh pengembangan teknologi berbasis aplikasi yang disambut cukup baik di awal kemunculannya karena dianggap sebagai salah satu inovasi terbaik saat ini. Sebelum itu masyarakat memiliki transportasi yang hanya bersifat offline, namun seiring perkembangan zaman berubah menjadi transportasi berbasis online dimana segala yang dibutuhkan masyarakat saat sudah

⁵ *Ibid*, h. 13.

⁶ Ahsani Amalia Anwar, *Online VS Konvensional: Keunggulan dan Konflik Antar Moda Transportasi di Kota Makassar*, Jurnal Etnografi Indonesia, Vol 2 Edisi 2, Desember 2017, h, 224

tersedia lewat *smartphone* dan hanya dalam satu genggam. Ini berarti semakin berjalannya waktu ada inovasi-inovasi yang sebelumnya tidak pernah terpikirkan oleh kita. Inovasi adalah tindakan sistematis pengubahan terhadap sesuatu berupa produk, ide, informasi, serta teknologi. Adapun sifat dari inovasi terdiri dari: pergantian, pergiliran, penambahan, penyusunan ulang, penghapusan, penguatan.⁷ *Disruption* adalah sebuah inovasi. Inilah inovasi yang akan menggantikan seluruh sistem lama dengan cara-cara baru. *Disruption* menggantikan teknologi lama yang serbafisik dengan teknologi digital yang menghasilkan sesuatu yang benar-benar baru dan lebih efisien, juga lebih bermanfaat.⁸

Bisnis ojek online yang saat ini sangat terkenal dan saling berkompetisi secara ketat adalah GrabBike dan Gojek. Kedua perusahaan transportasi ojek online ini terbukti memberikan perubahan yang signifikan terutama bagi kehidupan sosial masyarakat.⁹ Namun, dibalik tumbuh pesatnya transportasi layanan ojek online saat ini ada ojek konvensional dan angkutan umum (angkot) yang dulunya adalah salah satu moda transportasi yang di gemari masyarakat Indonesia karena tergolong murah. Seiring berjalannya waktu, ojek konvensional dan angkot sudah mulai ditinggalkan dengan berbagai alasan salah satunya

⁷ Ayu Aziah dan Popon Rabia Adawia, “Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia)”, *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, Vol.18, No. 2, September 2018, h. 151.

⁸ Rhenald Kasali, *Disruption : Tak Ada Yang Tak Bisa Diubah Sebelum Dihadapi Motivasi Saja Tidak Cukup*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017, h.34-35

⁹ Fino Yurio Kristo, “Awal Mula Transportasi Online Menjamur di Indonesia”, <https://m.detik.com/inet/cyberlif/d-3609781/awal-mula-transportasi-online-menjamur-di-indonesia>, (diunduh pada 01 Juli 2019, pukul 10:42 WIB).

ojek online lebih murah, praktis, dan cepat dibandingkan ojek konvensional dan angkot. Dimana terkadang tarif ojek konvensional cenderung lebih mahal, adapun angkot cenderung menunggu lama agar semua kursi penumpang terisi penuh sehingga memakan banyak waktu.

Isu mengenai kemunculan perusahaan berbasis aplikasi yang mulai menggeser popularitas industri konvensional ini menarik untuk diteliti lebih lanjut, karena transportasi merupakan salah satu contoh nyata dan dekat dengan aktivitas sehari-hari. Teknologi yang ada saat ini memungkinkan untuk melakukan kegiatan transportasi melalui portal virtual, dalam artian para pengguna jasa transportasi dapat menikmati layanan transportasi yang bisa dipesan secara virtual lewat sentuhan jari.¹⁰

Dipadukan dengan model bisnis yang inovatif, kombinasi antara teknologi dan moda transportasi ini telah menciptakan pola persaingan bisnis yang baru juga. Cara bepergian mulai didefinisikan dan dibentuk dengan cara yang baru. Kegiatan sehari-hari yang dilakukan secara ‘lokal’, akan tetapi merupakan bagian dari sesuatu yang bersifat ‘global’. Semua ini dimungkinkan berkat teknologi yang semakin hari semakin canggih, dan ditambah dengan semakin meluasnya jaringan keterkaitan antarindividu.¹¹ Maka dalam penelitian ini penulis mengkaji tentang :

“Prospek Bisnis Transportasi *Online* Dalam Masyarakat Industrial : Pendekatan *Islamic Disruptif*.”

¹⁰ Jovita Putri, “*Uber dan Industri Jasa Transportasi di Indonesia*”, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, h. 6

¹¹ *Ibid.*, h.7.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan industri transportasi online di era masyarakat industrial ?
2. Mengapa bisnis transportasi online sangat prospektif di era masyarakat industri ?

C. Tujuan Penulisan

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang peneliti paparkan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui, memahami dan menganalisis bagaimana perkembangan industri transportasi online di era masyarakat industrial.
2. Mengetahui, memahami dan menganalisis bagaimana bisnis transportasi online sangat prospektif di era masyarakat industri.

D. Manfaat Penelitian

Mengenai hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan keilmuan ilmiah di lingkungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, khususnya jurusan Ekonomi Islam program studi Ekonomi Syari'ah.

Disamping itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menarik para akedemisi lainnya untuk dapat mengembangkan tulisan ini dan

menjadi salah satu bahan rujukan penelitian selanjutnya dengan memperdalam substansi penelitian serta melihat permasalahan dari sudut pandang yang berbeda. Sehingga pada nantinya bukan hanya alternatif dalam penulisan ini yang ada, akan tetapi muncul alternatif-alternatif yang baru yang lebih unggul serta dinamis untuk kemaslahatan bersama.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi adalah tata cara penempatan bagian-bagian skripsi dan urutannya, sehingga merupakan satu kesatuan karya ilmiah yang tersusun secara sistematis dan logis.¹² Adapun sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I pendahuluan. Pendahuluan terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan dan Metodologi Penelitian.

Bab II Kajian Pustaka. Kajian Pustaka memuat tentang Penelitian Terdahulu, Kajian Teoritik yang terdiri dari Prospek Bisnis, Masyarakat Industrial, dan konsep *Islamic disruptif*, kemudian Kerangka pikir.

Bab III Gambaran Umum Objek Penelitian. Membahas tentang sejarah munculnya transportasi berbasis online serta regulasi transportasi online di Indonesia.

¹² Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam IAIN Palangka Raya, Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2017, h. 16.

Bab IV Pembahasan dan Analisis Data, yang terdiri dari mengapa bisnis transportasi online sangat prospektif di era masyarakat industri dan bagaimana prospek bisnis transportasi online pada masyarakat industrial.

BAB V Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran yang didapat dari hasil penelitian.

F. Metodologi Penelitian

1. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Adapun yang menjadi tempat penelitian ini dilakukan di Perpustakaan IAIN Palangka Raya, Jl. G.Obos Komplek Islamic Centre Palangka Raya, Kalimantan Tengah.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang digunakan untuk melaksanakan penelitian tentang “Prospek Bisnis Transportasi Online dalam Masyarakat Industrial melalui Pendekatan Islamic Disruptif”, telah dilaksanakan selama 2 bulan, dari bulan Agustus-September 2019. Pada jangka waktu tersebut peneliti mempergunakannya semaksimal mungkin untuk menggali informasi dan pengumpulan data yang valid yang diperlukan dalam penelitian ini.

2. Pendekatan dan Jenis Penelitian

a. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam buku Prof. Dr. Sugiyono , Bogdan and Biklen menyatakan lima karakteristik penelitian kualitatif, yaitu: dilakukan pada kondisi alamiah, penelitian

kualitatif lebih bersifat deskriptif (berupa kata-kata atau gambar), lebih menekankan pada proses daripada produk, melakukan analisis data secara induktif, dan lebih menekankan makna.¹³

Secara umum pendekatan penelitian kualitatif pada studi kepustakaan sama dengan penelitian kualitatif yang lain, hanya saja perbedaannya terletak pada sumber data atau informasi yang dijadikan sebagai bahan rujukan penelitian. Penulis dalam penelitian ini akan menggali makna dari informasi atau data empirik yang didapat dari buku-buku, jurnal-jurnal, hasil laporan penelitian ilmiah ataupun resmi maupun dari literatur yang lain.

b. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kepustakaan (*Library Research*) yaitu mengumpulkan data atau karya ilmiah yang bertujuan dengan objek penelitian atau pengumpulan data yang bersifat kepustakaan, baik berupa buku, catatan, ataupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu. Penelitian kepustakaan bermaksud menelaah untuk memecahkan masalah yang pada dasarnya bertumpu pada penelaahan kritis dan mendalam terhadap bahan-bahan pustaka yang relevan.

Penjabaran di atas dapat dipahami bahwa penelitian kepustakaan tidak hanya kegiatan membaca dan mencatat data-data yang ada, tetapi lebih dari itu, peneliti harus mampu mengolah data yang telah terkumpul dengan tahap-tahap penelitian kepustakaan.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016. H 13-14.

3. Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*Library Research*). Maka sumber data bersifat kepustakaan atau berasal dari berbagai literatur, di antaranya buku, jurnal, surat kabar, dokumen pribadi, dan lain sebagainya. Adapun sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi sumber data primer dan sumber data sekunder, dengan uraian sebagai berikut:

a. Sumber Primer

Sumber data primer adalah beberapa buku atau kitab, jurnal, surat kabar, dll yang dijadikan sebagai rujukan pokok adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah jurnal-jurnal terpercaya yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu Cakrawala Jurnal Humaniora yang berjudul “*Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT.Gojek Indonesia)*” karya Ayu Aziah dan Popon Rabia Adawia, Jurnal Ekonomi Syariah berjudul “*Sharia Digital Business : Strategi dan Pengembangan Bisnis Berkelanjutan*” karya Aryan Eka Prastya Nugraha dan Indri Murniawaty. Jurnal Penelitian Teknologi dan Informasi dan Komunikasi berjudul “*Revolusi bisnis Berbasis Platform Sebagai Penggerak Ekonomi Digital Di Indonesia*” karya Ahmad Budi Setiawan.

b. Sumber Sekunder

Yang dimaksud dengan data sekunder adalah data tambahan seperti buku-buku atau literatur yang menunjang dan berkaitan serta relevan dengan pembahasan ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Peneliti tertarik mengambil judul penelitian “Prospek Bisnis Transportasi Online dalam Masyarakat Industrial (Pendekatan Islamic Disruptif)”, dengan merujuk kajian terdahulu sebagai berikut:

Ayu Azizah dan Popon Rabia Adawia (2018) Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). Masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah fokus dalam menganalisis perkembangan transportasi online melalui salah satu perusahaan yang bernama Gojek pada tahun 2017. Hasil dari penelitian ini adalah peneliti menemukan perkembangan transportasi yang begitu pesat kemudian digabung dengan teknologi akan memunculkan sebuah fenomena baru yang disebut sebagai ojek online.¹⁴ Adapun relevansi penelitian terdahulu dengan peneliti adalah memberikan tambahan teori dari transportasi online sehingga lebih memberikan kejelasan dan lebih memahami apa yang dimaksud dengan transportasi online.

Afifudin Zuhri (2018) dengan judul Eksistensi Ojek Pangkalan Di Tengah Adanya Ojek Online Perspektif Sosiologi Ekonomi Islam (Studi

¹⁴ Ayu Aziah & Popon Rabia Adawia, “Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia)” *Cakrawala Jurnal Humaniora*, Vol.18, No. 2. September 2018.

Kasus: Pada Ojek Pangkalan Di Purwokerto). Masalah yang dikaji dalam penelitian ini terfokus pada bertahanannya ojek pangkalan di tengah maraknya ojek online. Hasil dari penelitian ini adalah peneliti menemukan turunnya pendapatan ojek pangkalan yang di akibatkan munculnya ojek online ini serta rusaknya tatanan sosial yang terjadi di masyarakat.¹⁵ Adapun relevansi penelitian terdahulu dengan peneliti adalah memberikan tambahan teori dari transportasi online dan ojek pangkalan sehingga lebih memberikan kejelasan dan lebih memahami apa yang dimaksud dengan transportasi online dan ojek pangkalan.

Jovita Putri dengan judul (2018) Uber dan Industri Jasa Transportasi di Indonesia. Masalah yang di kaji dalam penelitian ini fokus pada perkembangan jasa transportasi di Indonesia yang mulai beradaptasi dengan perubahan yang di bawa Uber yang berakibat berubahnya wajah industri transportasi di Indonesia. Hasil dari penelitian ini yaitu Guncangan dalam industri jasa transportasi domestik memaksa perusahaan-perusahaan taksi konvensional yang masih bertahan untuk mengubah haluan bisnisnya. Perubahan ini ditunjukkan dari respon perusahaan taksi konvensional di Bandung yang perlahan-lahan mengejar ketertinggalannya dari Uber. Selain pelaku bisnis, regulator juga mulai mengejar ketertinggalannya dengan mengeluarkan serangkaian peraturan baru yang diharapkan dapat menjembatani kepentingan berbagai

¹⁵ Afifudin Zuhri, *"Eksistensi Ojek Pangkalan Di Tengah Adanya Ojek Online Perspektif Sosiologi Ekonomi Islam (Studi Kasus: Pada Ojek Pangkalan Di Purwokerto)"* (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto. 2018).

pemangku kepentingan.¹⁶Adapun relevansi penelitian terdahulu dengan peneliti adalah memberikan tambahan teori dari transportasi online sehingga lebih memberikan kejelasan dan lebih memahami apa yang dimaksud dengan transportasi online.

Berto Mulia Wibawa, Yani Rahmawati dan Mathias Reinaldo (2018), Analisis Industri Bisnis Jasa Online Ride Sharing di Indonesia. Masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah fokus kepada analisis bisnis yang dilakukan oleh tiga transportasi online yakni Gojek, Grab dan Uber di Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa dari keseluruhan ancaman dinilai memiliki tingkat yang lemah atau tidak memiliki kekuatan yang cukup untuk diwaspadai dalam pasar jasa *online ride sharing*. Beberapa ancaman yang termasuk dalam kategori rendah adalah ancaman dari pendatang baru dimana mayoritas pendatang baru sulit bersaing dengan pelaku pasar terkini dan kebutuhan akan modal yang besar, namun masih terdapat beberapa ancaman yang memiliki nilai kuat seperti ancaman dari kompetitor yang sudah eksis pada pasar jasa *onlineride sharing* dengan kekuatan setara. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-eksploratif dalam mengidentifikasi *Porter's Five Force* sebagai tools dalam analisis industri.¹⁷Adapun relevansi penelitian terdahulu dengan peneliti adalah memberikan tambahan teori dari transportasi online sehingga lebih memberikan

¹⁶ Jovita Putri, “*Uber dan Industri Jasa Transportasi di Indonesia*” (Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. 2018).

¹⁷ Berto Mulia Wibawa, dkk, “*Analisis Industri Bisnis Jasa Online Ride Sharing di Indonesia*”, Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 8, 2018.

kejelasan dan lebih memahami apa yang dimaksud dengan transportasi online.

Berdasarkan hasil penelusuran yang dimukakan di atas, maka penulis menjadikannya sebagai bahan acuan untuk melakukan penelitian, sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahul

NO	Nama, Judul, Tahun Penelitian	Perbandingan	
		Persamaan	Perbedaan
1.	Ayu Aziah dan Popon Rabia Adawia, “Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia)”, 2018.	Transportasi online	Perbedaannya dapat dilihat pada fokus penelitian, yaitu Ayu Aziah dan Popon Rabia Adawia fokus kepada menganalisis perkembangan transportasi online melalui salah satu perusahaan Go-Jek. Sedangkan fokus penelitian penulis adalah pada Prospek bisnis transportasi online dalam masyarakat industrial melalui pendekatan <i>islamic disruptif</i> .
2.	Afifudin Zuhri, “Eksistensi Ojek Pangkalan Di Tengah Adanya Ojek Online Perspektif Sosiologi Ekonomi Islam (Studi Kasus: Pada Ojek Pangkalan Di Purwokerto)”, 2018.	Transportasi online	Perbedaannya fokus penelitian Afifudin Zuhri kepada eksistensi ojek pangkalan di tengah adanya ojek online melalui perspektif sosiologi ekonomi Islam. Sedangkan fokus penelitian penulis adalah pada prospek bisnis transportasi online dalam masyarakat industrial melalui pendekatan <i>Islamic disruptif</i> .

3.	Jovita Putri,”Uber dan Industri Jasa Transportasi di Indonesia”, 2018.	Transportasi online	Perbedaannya fokus penelitian Jovita Putri yakni fokus pada perkembangan uber serta industri jasa transportasi di Indonesia. Sedangkan penelitian penulis fokus pada prospek bisnis transportasi online dalam masyarakat industrial melalui pendekatan <i>Islamic disruptif</i> .
4.	Berto MuliaWibawa, Yani Rahmawati dan Mathias Rainaldo, “Analisis Industri Bisnis Jasa Online Ride Sharing di Indonesia”, 2018	Transportasi online	Perbedaannya fokus penelitian Berto Mulia Wibawa, Yani Rahmawati dan Mathias Rainaldo yaitu kepada industri bisnis jasa online ride sharing di Indonesia pada 3 analisis yang dilakukan oleh 3 transportasi online yakni Gojek, Grab dan Uber. Sedangkan penelitian penulis fokus pada prospek transportasi online dalam masyarakat industrial melalui pendekatan <i>Islamic disruptif</i> .

Sumber : dibuat oleh peneliti, 2019.

B. Kajian Teoritik

1. Konsep Prospek Bisnis

Bisnis nampaknya tidak dapat dipisahkan dari aktivitas persaingan. Islam menganjurkan umatnya untuk melakukan perlombaan dalam mencari kebaikan. Jika ini dijadikan dasar bisnis, maka praktek bisnis harus menjalankan suatu aktivitas persaingan yang sehat. Jika dikaitkan dengan kondisi saat ini, dengan yang disebut dengan perdagangan bebas atau persaingan bebas. Maka aktivitas bersaing dalam bisnis antara satu pebisnis dengan pebisnis yang lainnya tidak dapat dihindarkan.¹⁸

¹⁸ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, Yogyakarta: 2004, h.251.

a. Pengertian Bisnis

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai “*the buying and selling of goods and services*”. Bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan antarindividu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya. Bisnis juga dipahami dengan suatu kegiatan usaha individu (privat) yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dan memenuhi kebutuhan masyarakat.¹⁹ Barang adalah suatu produk yang berwujud secara fisik. Artinya, ia dapat dilihat, diraba, dirasa dan/atau dicium. Adapun jasa merupakan aktivitas-aktivitas (termasuk gagasan) yang dinilai dapat memberi manfaat bagi konsumen atau bisnis lainnya.²⁰ Jadi kesimpulannya bisnis adalah suatu aktivitas usaha yang dilakukan oleh individu (perorangan) ataupun kelompok (lembaga) yang menjual barang atau jasa yang menjadi kebutuhan konsumen dengan tujuan mencari keuntungan/laba dengan cara persaingan yang sehat.

b. Bisnis dalam Al-Qur'an

Bisnis dalam Al-Qur'an dijelaskan melalui kata *tijarah*, yang mencakup dua makna, yaitu: *pertama*, perniagaan secara umum yang

¹⁹ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, Kencana, Jakarta: 2013. Hlm, 3

²⁰ Muhammad Islami Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Gema Insani, Jakarta: 2002. Hlm 16.

mencakup perniagaan antara manusia dengan Allah. Ketika seseorang memilih petunjuk dari Allah, mencintai Allah dan Rasul-Nya berjuang di jalan-Nya dengan harta dan jiwa, membaca kitab Allah, mendirikan shalat, menafkahkan sebagian rezekinya, maka itu adlah sebaik-baik perniagaan antara manusia dengan Allah. Adapun makna *tijarah* yang kedua adalah perniagaan secara khusus, yang berarti perdagangan atau jual beli antarmnusia.²¹ Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan, untuk “bekerja”. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk mencari rezeki.²²



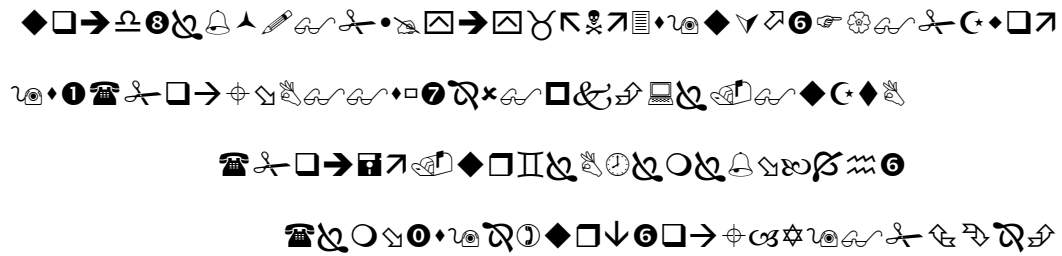
Artinya :

“Dan Dia telah memberikan kepadamu (keperluanmu) dan segala apa yang kamu mohonkan kepadanya. dan jika kamu menghitung nikmat Allah, tidaklah dapat kamu menghinggakannya. Sesungguhnya manusia itu, sangat zalim dan sangat mengingkari (nikmat Allah).”²³

²¹ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, Kencana, Jakarta: 2013. Hlm 8

²² Muhammad Islami Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Gema Insani, Jakarta: 2002. Hlm 17

²³ Ibrahim [16] : 34



Artinya :

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.²⁴

Berdasarkan paparan di atas, bisnis islami dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).²⁵

2. Masyarakat Industri

Secara etimologi, kata masyarakat berasal dari bahasa Arab, yaitu “*syaraka*” yang berarti ikut serta atau berpartisipasi, atau “*musyaraka*” yang berarti saling bergaul. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) masyarakat adalah sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama. Sementara itu kata Industri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) didefinisikan sebagai kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan. Menurut Dumairi dalam bukunya

²⁴ Al-Mulk [67] : 15

²⁵ Muhammad Islami Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, Gema Insani, Jakarta: 2002. Hlm 18

yang berjudul *Perekonomian Indonesia* mengatakan bahwa istilah industri merujuk pada dua pengertian, yaitu: himpunan perusahaan-perusahaan sejenis, misalnya seperti industri tekstil, dan sektor ekonomi yang di dalamnya terdapat kegiatan produktif yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi. Sedangkan industrialisasi adalah sebuah proses transformasi sosial masyarakat pada sektor ekonomi dari sektor agraris ke sektor industri. Pengertian lain menyebutkan, industrialisasi merupakan sebuah upaya untuk menggalakan industri dalam suatu negara. Bagi negara-negara berkembang seperti Indonesia, industrialisasi merupakan tumpuan pembangunan ekonomi. Industrialisasi dianggap sebagai suatu jalan menuju kemakmuran.²⁶

Masyarakat industrial mengacu pada sebuah masyarakat yang didorong oleh penggunaan teknologi untuk memproduksi barang dalam jumlah besar di pabrik-pabrik. Kemampuan produksi ini terjadi karena penemuan sumber-sumber energi eksternal, misalnya bahan-bahan bakar fosil dan listrik. Salah satu faktor utama industrialisasi ialah urbanisasi. Urbanisasi melahirkan diferensiasi pekerjaan yang semakin luas. Urbanisasi adalah salah satu faktor penentu industrialisasi. Pada tahun 2030 sekitar 70% penduduk Indonesia akan berpadat-padatan tinggal di kota. Itu berarti bahwa pada pada tahun puncak ledakan generasi muda

²⁶Masyarakat Industri dan Industrialisasi, <http://www.sahabat-sosiologi.or.id/2017/12/masyarakat-industri-dan-industrialisasi.html> (diunduh pada tanggal 09 Juli 2019 pukul 13:49 WIB)

warna ekonomi sudah bertransisi dari ekonomi agraris ke ekonomi industrialis.²⁷

Secara sederhana urbanisasi dipahami sebagai proses sesuatu menjadi atau bersama perkotaan melalui pertumbuhan populasi, pengaruh atau perkembangan infrastruktur ekonomi dan superstruktur sosial budaya dan politik. Proses perpindahan penduduk dari desa ke kota. Proses perpindahan ini dapat mengambil dua bentuk: Pertama, adanya migrasi penduduk desa ke kota. Kedua, adanya mobilitas penduduk desa ke kota. Perbedaan antara migrasi dan mobilitas adalah yang disebut pertama perpindahannya bersifat menetap dan permanen; sedangkan yang disebut kedua perpindahannya bersifat tidak menetap dan sementara.²⁸

Revolusi industri adalah titik balik utama dalam sejarah yang ditandai dengan pergeseran dunia dari ekonomi agraris dan kerajinan tangan menjadi ekonomi yang didominasi oleh industri dan manufaktur mesin.²⁹ Jadi masyarakat industry adalah masyarakat yang berproses dari masyarakat agraris menjadi masyarakat industry yang mana dalam masyarakat industry dalam menjalankan aktivitas dan kegiatan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan hidup tidak lepas dari teknologi.

a. Munculnya Masyarakat Industri

²⁷ Barnabas Ratuwalu, *"Transisi Masyarakat Agraris Menuju Masyarakat Industrial Indonesia"* Fakultas Engineering, Departemen Industrial Engineering, Universitas Presiden

²⁸ Damsar dan Indrayani, *Pengantar Sosiologi Perkotaan*, PT.Kharisma Putra Utama, 2017 Jakarta. Hlm 133.

²⁹ Astrid Savitri, *Revolusi Industri 4.0 Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Disrupsi 4.0*, Yogyakarta: Penerbit Genesis, 2019, h.21.

Menurut Straubhaar dan LaRose dalam bukunya berjudul *Media Now : Understanding, Culture and Technology* menyebutkan bahwa masyarakat industri mengacu pada terjadinya revolusi industri, yang umumnya dikaitkan dengan penemuan mesin uap. Namun sesungguhnya pemicu penting menuju era industri tersebut dimulai dengan penemuan di bidang komunikasi, yakni publikasi Bible yang diproduksi dengan mesin cetak pengembangan dari Johannes Guttenberg. Mesin cetak ini merupakan yang pertama kalinya di Eropa yang menggunakan cetak logam yang dapat digerakkan. Penemuan ini secara dramatis meningkatkan kecepatan produksi buku dan mengurangi waktu yang digunakan seperti pada produksi buku sebelumnya.³⁰

Manusia cenderung bersifat dinamis. Selalu ada perubahan yang terjadi pada diri manusia. Semakin meningkatnya kebutuhan hidup sedangkan SDA (Sumber Daya Alam) yang tersedia semakin menipis dan lahan kerja yang tidak memadai, keterbatasan lahan perkotaan untuk migrasi, pemerataan pembangunan dan penghematan biaya produksi menyebabkan munculnya keinginan untuk menciptakan suatu hal baru yang dapat meningkatkan taraf hidup menjadi lebih baik dengan mengubah pola hidupnya. Perubahan paling sederhana yang tampak secara spasial adalah alih fungsi lahan pertanian menjadi kawasan industri dan kawasan perumahan yang tentu berdampak pada beralihnya profesi

³⁰ Ahmad Husein, “Kisah Buku (I): Dari Masyarakat Industri ke Masyarakat Informasi”, <http://duamata.blogspot.com/2006/08/kisah-buku-i-dari-masyarakat-industri.html> (diunduh pada tanggal 08 Juli 2019 pukul 15:27 WIB)

masyarakat pertanian ke profesi lain. Adapun ciri-ciri masyarakat industri secara umum yaitu:

- 1) Meluasnya produksi massa barang-barang industri dengan menggunakan mesin, yang terpusat di kota-kota besar.
- 2) Migrasi massal dari pedesaan ke kota-kota (urbanisasi)
- 3) Peralihan dari pekerjaan sektor pertanian kepada pekerjaan di sektor pabrik.
- 4) Jumlah penduduk kota yang melek huruf seiring kebutuhan bidang pekerjaan yang lebih kompleks .
- 5) Munculnya surat kabar untuk kaum urban sebagai sarana untuk mengiklankan produk-produk baru industri. Media massa mempunyai peranan penting dalam masyarakat industri.
- 6) Penemuan teknologi baru seperti film, radio, dan televisi sebagai hiburan kaum urban.³¹

b. Problem Industrialisasi

Industrialisasi ini ibarat pisau bermata dua. Ia dapat memberikan dampak positif bagi suatu negara dan juga dapat memberikan dampak negatif. Hal ini sangat bergantung pada bagaimana suatu pemerintahan menangani masalah industrialisasi dengan baik dan efektif.³²

Di antara dampak negatif industrialisasi adalah :

³¹ Masyarakat Industri, <http://citrariski.blogspot.com/2010/12/masyarakat-industri.html>. (diunduh pada tanggal 08 Juli 2019 pukul 15:52 WIB)

³² Irfan Syauqi Beik dan Laily Dwi Arsyianti, *Ekonomi Pembangunan Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016. Hlm 163

1. Pelemahan sektor pertanian. Ini terjadi ketika upaya untuk mengubah kondisi masyarakat dari masyarakat agraris menjadi masyarakat industri menyebabkan terabaikannya sektor pertanian. Konversi lahan pertanian menjadi lahan industri adalah contoh “salah kaprahnya” konsep industrialisasi ini.
2. Tercabutnya nilai dan kearifan lokal. Industrialisasi telah mengubah gaya hidup masyarakat, di mana gaya hidup modern yang dijalankan oleh masyarakat sering kali mengorbankan nilai-nilai agama dan budaya yang selama ini telah mengakar di tengah kehidupan masyarakat. Akibatnya, nilai-nilai keagamaan dan kemanusiaan terabaikan.
3. Kesenjangan ekonomi. Industrialisasi yang dilaksanakan di negara-negara berkembang termasuk negara-negara Islam pada mulanya didasarkan pada konsep *trickle down effect*. Dengan konsep ini, mak sejumlah elite mendapatkan keistimewaan (*privilege*) untuk menguasai sumber daya ekonomi dengan harapan akan timbul efek menetes ke bawah yang akan memberikan manfaat bagi masyarakat banyak. Namun demikian, yang terjadi adalah penguasaan aset-aset strategis di tangan segelintir kelompok menjadi semakin kuat, dan efek menetes ke bawah yang diharapkan malah tidak terjadi. Akibatnya angka kesenjangan antara kelompok *the have* dengan kelompok *the have not* menjadi semakin tinggi. Ini dibuktikan

antara lain dengan semakin meningkatnya rasio Gini di sejumlah negara Islam termasuk Indonesia.³³

4. Mendorong terjadinya imperialisme gaya baru. Industrialisasi telah mendorong terjadinya peningkatan persaingan antarnegara. Untuk itu, dibutuhkan adanya dukungan modal dan teknologi yang kuat. Fakta menunjukkan bahwa banyak negara, termasuk negara-negara anggota OKI (Organisasi Kerjasama Islam) yang tidak siap dengan dukungan permodalan dan teknologi. Hal ini mendorong pemerintahan negara-negara tersebut untuk mengundang investasi asing, baik investasi dana maupun teknologi. Disinilah kemudian negara-negara yang secara modal dan teknologi kuat, akan masuk ke negara-negara yang secara modal dan teknologi lemah. Mereka masuk secara langsung melalui mekanisme bilateral dan multilateral, maupun melalui perusahaan-perusahaan multinasional yang dimilikinya.
5. Eksploitasi sumber daya alam dan tenaga kerja. Industrialisasi ini mengakibatkan terjadinya eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya alam. Tidaklah mengherankan jika isu *green economy* dan *green investment* menjadi isu global yang mendapat perhatian dunia internasional. Demikian pula dengan tenaga kerja yang diposisikan pada kedudukan yang lebih lemah sehingga mudah “dikorbankan” atas nama investasi. Dalam konteks Indonesia,

³³*Ibid*, h. 163

ketika ‘jualan’ pemerintah terhadap investasi asing adalah rendahnya upah buruh sehingga memberikan optimalisasi profit, maka yang terjadi adalah para investor menjadi semena-mena terhadap para pekerja. Rendahnya upah buruh ini sering dijadikan sebagai *advantage* dalam upaya mengundang masuknya dana investasi. Seharusnya, untuk mendorong arus masuk investasi, yang harus diyakinkan kepada investor adalah birokrasi yang baik dan infrastruktur yang memadai, bukan menjual rendahnya upah buruh.³⁴

Dengan demikian dilihat dari point-point diatas bahwasanya industrialisasi yang segala aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sehari-seharinya ternyata memiliki dampak negative yang luar biasa. Salah satunya pada point nomor dua, hilang/tercabutnya nilai kearifan lokal. Gaya hidup yang berubah sesuai dengan kebutuhan, menjadikan masyarakat tidak lagi memegang erat nilai-nilai kemanusiaan dan agama sehingga tidak jarang masih adanya ditemukan pengguna transportasi *online* yang semena-mena terhadap sopir/*driver* yang merasa bahwa profesi sebagai tukang ojek *online* ataupun sopir taksi *online* masih profesi rendahan.

³⁴*Ibid*, h. 164

3. *Islamic Innovation Disruptif*

Islam adalah agama yang sempurna. Hal ini dikarenakan didalamnya dibahas nilai-nilai, etika, dan pedoman hidup secara komprehensif. Islam pula merupakan agama penyempurna agama-agama terdahulu dan mengatur seluruh aspek kehidupan manusia baik persoalan aqidah maupun muamalah.³⁵ Dewasa ini praktik muamalah akan terus berkembang. Jika sebelumnya, praktik muamalah dilaksanakan dengan jalan tatap muka atau pasar langsung, namun dewasa ini praktik ini telah berkembang menjadi pasar tidak langsung. Wasilah yang dipergunakan adalah media online serta kemajuan teknologi digital. Akhirnya, Revolusi Industri 4.0 adalah sebuah keniscayaan yang tak dapat dihindari.³⁶

Perkembangan teknologi saat ini begitu cepat, melalui teknologi yang tersedia saat ini kita mendapat beberapa manfaat, misalnya saja kita dapat pergi ke suatu tempat yang kita ingin tanpa harus menggunakan kendaraan sendiri. Kecanggihan teknologi dalam hal transportasi sudah berkembang dengan begitu cepat dengan munculnya ojek-ojek online seperti Grab dan Gojek.³⁷

³⁵ Ahmad Dakhoir dan Itsla Yunisva Aviva, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar*, LaksBang PRESSindo, Surabaya: 2017, h. 1.

³⁶ Muhammad Syamsudin, *Revolusi Industri 4.0 dan Perkembangan Akad Muamalah*, <https://islam.nu.or.id/post/read/92425/revolusi-industri-40-dan-perkembangan-akad-muamalah> (diunduh pada tanggal 19 September 2019 Pukul 10:33 WIB)

³⁷ Kompasiana, *Perkembangan Teknologi dalam Bisnis Transportasi Online*, <https://www.kompasiana.com/felikdw8594/5d3d9f8d097f36338c3cf5d2/perkembangan-teknologi-dalam-bisnis-transportasi-online> (diunduh pada tanggal 19 September 2019 Pukul 10:42 WIB)

Perubahan teknologi, khususnya informasi dan komunikasi yang telah merubah tempat dimana kita berpijak. Sebuah zaman yang telah melahirkan generasi baru *millenials* yang tumbuh sebagai kekuatan mayoritas yang menentukan arah masa depan peradaban. Kecepatan *microprocessor* yang menuntut manusia bertindak dan berpikir lebih cepat lagi, pikiran manusia dituntut untuk *eksponensial*, bukan linear. Peradaban ini ditandai pula oleh munculnya gejala *disruptive society* yang menciptakan kesadaran penuh, menciptakan perubahan dan kemajuan dengan cara-cara baru. Bukan hanya teknologi yang tumbuh, tetapi juga cara mengeksplorasi kemenangan, manusia-manusia baru mengembangkan model bisnis yang amat *disruptive* yang mengakibatkan barang dan jasa lebih terjangkau (*affordable*), lebih mudah terakses (*acesible*), lebih sederhana dan merakyat. Mereka memperkenalkan *sharing economy*, *on demand economy*, dan segala hal yang lebih *realtime*. Semua inilah yang disebut sebagai *disruption*, selanjutnya ditulis disrupsi.³⁸ Teori inovasi disruptif pertama kali dikemukakan oleh profesor Harvard Clayton M. Christensen, pada tahun 1995 dalam artikel *Harvard Business Review* yang berjudul “*Disrupting Technologies: Catching the wave*” kemudian dipopulerkan dengan judul buku *The Innovator’s Dilemma*, yang diterbitkan pada tahun 1997. Teori ini menjelaskan fenomena di mana suatu inovasi mengubah pasar atau sektor yang ada dengan

³⁸ Ali Faisal, *Disrupsi, Berbagi dan Ekonomi Syar’i*,
<https://www.biem.co/read/2017/06/19/2583/ali-faisal-disrupsi-berbagi-dan-ekonomi-syari/>
 (diunduh pada tanggal 26 Juli 2019 Pukul 11:23 WIB)

memperkenalkan kesederhanaan, kenyamanan, aksesibilitas dan keterjangkauan.

Inovasi disruptif bukan teknologi terobosan yang membuat produk yang baik menjadi lebih baik, melainkan merupakan inovasi yang membuat produk dan layanan lebih mudah diakses dan terjangkau.³⁹ Pada masa-masa awal, Christensen lebih banyak mengulas tentang inovasi teknologi, misalnya *steel minimills*, pabrik-pabrik baja ukuran mini yang mendisrupsi pabrik baja *integrated* dengan produk *low quality rebar* dan *mainframe* komputer. Seperti pabrik besi baja Krakatau *Steel* yang kehadirannya begitu dominan di kota Cilegon, Banten, sejak 1960-an. Tanpa Krakatau *Steel*, saat itu Cilegon adalah kota mati. Namun, sekarang Krakatau *Steel* sedang menanggung beban yang besar menghadapi industri besi baja dari Korea Selatan dan China yang sudah mendisrupsi diri mereka.⁴⁰ Bagi Christensen, *disruption* adalah inovasi yang ditujukan untuk menciptakan pasar yang benar-benar baru atau pasar lama tapi pada kelompok *low-end*. Kalau dimulai dari bawah, *disruption* akan memperbaiki kualitas produk atau jasanya lalu perlahan-lahan menggerus pasar yang ada di atas untuk turun menjadi pelanggan mereka. Mereka

³⁹ Clayton Christensen Institute, “*Disruptive Innovation*”, <https://www.christenseninstitute.org/disruptive-innovations/> (diunduh pada tanggal 27 Juli 2019 pukul 09:41 WIB)

⁴⁰ Rhenald Kasali, *Disruption : Tak Ada yang Tak Bisa diubah Sebelum dihadapi* Motivasi saja tidak cukup, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta: 2018, h. 120.

yang menciptakan pasar baru benar-benar memualinya dengan produk atau jasa dari yang sebelumnya tidak ada.⁴¹

Ketika menghadapi pertarungan yang kompetitif, akan selalu ada akhir yang berbeda bagi masing-masing pemain. Sebelum *smartphone* hadir, ponsel biasa sudah ada dalam hidup kita. Perubahan telegraf menjadi telepon kabel, menjadi ponsel, kemudian menjadi *smartphone* adalah rangkaian peristiwa *disruption*. Hal serupa juga terjadi dengan perubahan di dunia transportasi. Saat *black cab taxi* yang fenomenal di kota London, atau Blue Bird di Jakarta, bertarung melawan Uber atau Grab terjadilah keributan-keributan antara 2014-2016 secara global dan merata. Semua orang menjadi resah, dan *disruption* terjadi antarperusahaan secara brutal. Hampir semua *incumbent* merasa terlantar.

Akibat serangan *disruption*, laba bersih dua perusahaan taksi besar di Indonesia turun drastis per September 2016, berdasarkan data dari September 2015 hingga September 2016, Blue Bird, mengalami penurunan laba bersih sebesar 42,3% (dari 629,1 miliar rupiah menjadi 360,8 miliar rupiah). Sementara itu, Taxi Express mengalami rugi sebesar 81,8 miliar rupiah. Juni 2016, Tech Crunch melaporkan kajiannya tentang valuasi perusahaan-perusahaan transportasi tersebut dan menyebutkan bahwa nilai valuasi Gojek sebesar 1,3 miliar dollar AS (17 triliun rupiah) dan Grab sebesar 1,6 miliar dollar AS (20 triliun rupiah). Sementara itu, Garuda Indonesia yang sudah ada sejak 1947 dan mengoperasikan 197

⁴¹*Ibid*, h.39

pesawat, hanya dihargai 12,3 triliun rupiah. Blue Bird yang memiliki sekitar 27 ribu taksi reguler dan ribuan taksi eksekutif serta limosin hanya dinilai 9,8 triliun rupiah. Kita tahu bahwa Gojek sama sekali tidak mempunyai armada, tetapi bermitra dengan lebih dari 200 ribu pengemudi pemilik kendaraan di kota-kota besar.⁴²

Ada beberapa alasan mengapa *disruption* dalam industri transportasi ini berkembang begitu cepat, mematikan dan membuat kehebohan. Pertama, para regulator tidak mampu menyediakan aturan baru yang spesifik untuk memisahkan kedua jenis industri ini. Harus diakui bisnis *online* mempunyai platform tersendiri dan pasti mampu memberikan harga kepada pelanggan-pelanggannya dengan lebih murah. Tetapi selain menciptakan pasar baru, yang berasal dari dua kalangan: *low-end segment* dan *the millennials*, bisnis *online* juga berpotensi menggerus pasar *incumbent*. Jadi, selain membuat aturan baru untuk mengembangkan platform bisnis *online*, regulator juga harus memberikan aturan-aturan yang lebih kondusif bagi para operator taksi konvensional. Ini berarti pemerintah perlu melakukan deregulasi, bahkan menyederhanakan undang-undang bersama para pembuat undang-undang (parlemen). Kedua, dalam Undang-Undang No. 22 Tahun 2009 yang mengatur lalu lintas dan angkutan jalan terlihat begitu banyak ketentuan yang membuat usaha taksi konvensional harus bergerak dalam suasana yang kaku dan berbiaya tinggi. Mereka diwajibkan mempunyai *pool*,

⁴²*Ibid*, h.69.

mengadakan pelatihan, dan memiliki bengkel sendiri. Kendaraannya harus di KIR, memakai pelat nomor kendaraan berwarna kuning, SIM pengemudinya adalah golongan SIM A umum, daerah operasinya dibatasi, ada tarif ambang atas dan ambang bawah, dan tentu saja untuk melakukan ekspansi mereka harus minta izin terlebih dahulu. Ketentuan tersebut tentunya ada harga yang harus dibayar, ada waktu yang dikorbankan, dan ada orang-orang yang harus berangkat untuk mengurusnya.⁴³

Ketiga, minimnya pemahanan tentang *disruption* dan modal bisnis di kalangan pemain lama (*incumbent*) menyebabkan para pelaku usaha melihat “persaingan” dalam kacamata lama. Akibatnya, mereka menuntut perlakuan yang sama. Tak ada yang salah, bisnis membutuhkan tingkat aturan pada tingkatan yang sama, yang adil bagi semua pihak. Hampir pasti semua orang, para regulator dan *incumbent*, mengacu pada ketentuan yang berlaku formal-yuridis tertulis, UU lalu lintas dan peraturan pemerintah di bawahnya. Teknologi sudah mengubah banyak hal. Misalnya ketentuan mengenai KIR, argometer, tarif ambang atas dan ambang bawah. Teknologi telah membuat manusia merasa lebih pasti dalam perjalanan dengan Google Maps ketimbang argometer. Demikian juga informasi yang *realtime*. Apalagi jika kita bicara tentang ekonomi berbagi, *sharing resources*, *big data*, *smartphone*, dan aplikasi. Semua itu belum ada aturan tertulisnya.

⁴³*Ibid*, h, 86.

Keempat, ketiadaan atau belum adanya aturan baru telah membuat pemain lama dan pemain baru berjalan menurut cara mereka sendiri-sendiri. Pemain lama yang kurang memahami masalah lalu mengatasinya dengan melakukan ekspansi dalam wadah perusahaan yang sama. Ekspansi dalam regulasi yang sekan-akan sama membuat *incumbent* berpikir bahwa serangan *disruption* adalah perubahan biasa. Mereka banyak merespon dengan ekspansi biasa, yaitu meng-*online*-kan bisnis tradisional. Selain tetap beroperasi dengan struktur biaya tinggi, mereka juga mengalami pertarungan internal yang rumit. Pertempuran itu menjadi sangat mungkin hanyamengambil jalan kompromi yang bersifat mudah, tetapi belum memecahkan seluruh masalah yang dituntut pelanggan. *Incumbent* selalu beranggapan *digital disruption* adalah menurunkan harga melalui layanan *online*. Tentunya tak sesederhana itu. Itulah yang menyebabkan industri telekomunikasi dan industri taksi mengalami nasib yang berbeda.⁴⁴

Singkatnya, *disruption* adalah sebuah inovasi. Inilah inovasi yang akan menggantikan seluruh sistem lama engan cara-cara baru. *Disruption* berpotensi menggantikan pemain-pemain lama dengan yang baru. *Disruption* menggantikan teknologi lama yang serbafisik dengan teknologi digital yang menghasilkan sesuatu yang benar-benar baru dan lebih efisien, juga lebih bermanfaat. Clayton Christensen mengatakan bahwa “*Disruption* menggantikan ‘pasar lama’, industri dan teknologi, dan

⁴⁴*Ibid*, h, 87.

menghasilkan suatu kebaruan yang lebih efisien dan menyeluruh. Ia bersifat destruktif dan kreatif’⁴⁵

Dunia transportasi yang serba cepat seperti ini, ojek online adalah salah satu dari sekian banyak bisnis konvensional yang mengalami revolusi drastis dalam beberapa tahun belakangan. Masih teringat dengan jelas beberapa waktu lalu ribuan sopir taksi konvensional melakukan demo massal di jantung Ibu Kota Jakarta, menuntut dibubarkannya taksi online yang dianggap sebagai momok dan *predator* baru dalam bisnis transportasi. Lalu, santer juga terdengar kabar tentang sopir ojek online yang dikeroyok oleh tukang-tukang ojek konvensional ketika sedang mangkal atau bertugas. Mereka cemburu karena banyak pelanggannya yang beralih menggunakan jasa ojek berbasis aplikasi di telepon seluler pintar.⁴⁶ Islam tidak mentolerir segala bentuk kekerasan, atas nama apa pun dan untuk tujuan apa pun, kekerasan tidak ada tempatnya di dalam Islam.⁴⁷

Islamic disruptif hadir sebagai jawaban atas tuntutan zaman yang serba digital, cepat, efisien dan mudah di akses. Disrupsi ini sebagai penjabaran atas kaidah yang berlaku untuk segala aktivitas ekonomi, yaitu: “Segala sesuatu (dalam hal muamalat) boleh dilakukan, sampai ada dalil

⁴⁵ *Ibid*, h. 38.

⁴⁶ Wike Dita Herlinda, *Berkawan dengan perubahan*, <https://kalimantan.bisnis.com/read/20170225/461/631782/berkawan-dengan-perubahan> (diunduh pada tanggal 20 September 2019 pukul 13:58 WIB).

⁴⁷ Agung Sasongko, *Memahami Islam Rahmatan Lil ‘Alamin*, <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/17/07/14/ot2ww7313-memahami-islam-rahmatan-lil-alamin> (diunduh pada tanggal 20 September 2019, pukul 14:13 WIB)

yang mengharamkan.” Atas dasar kaidah di atas, maka segala aktivitas dalam ekonomi Islam yang membawa kemaslahatan dan tidak ada larangan di dalamnya yaitu boleh dilakukan dengan kata lain adanya kebebasan setiap individu. Penggunaan taksi ataupun ojek online dapat dilihat dari segi kemaslahatan dan kebutuhan manusia akan teknologi yang serba cepat berubah sesuai dengan perkembangan zaman. Islam menghendaki segala kemudahan bagi seluruh umatnya dan tidak ingin mempersulit. Sesuai dengan surah Al-Baqarah ayat 185 :



Artinya: "...Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu..."

Keberadaan transportasi online saat ini dimaksudkan untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan kegiatan atau aktivitas sehari-hari. Mulai dari memesan makanan, mengantar ketempat tujuan, mengantarkan atau mengambil kiriman, dll.

Melihat dari pelayanan yang ditawarkan oleh aplikasi penyedia jasa tersebut, jasa yang dijual menekankan pada aspek tolong menolong dan bekerjasama antar sesama manusia. Oleh karena itu, konsepsi kebebasan dalam Islam lebih mengarah kepada kerja sama, bukan persaingan apalagi saling mematikan usaha satu dengan yang lain

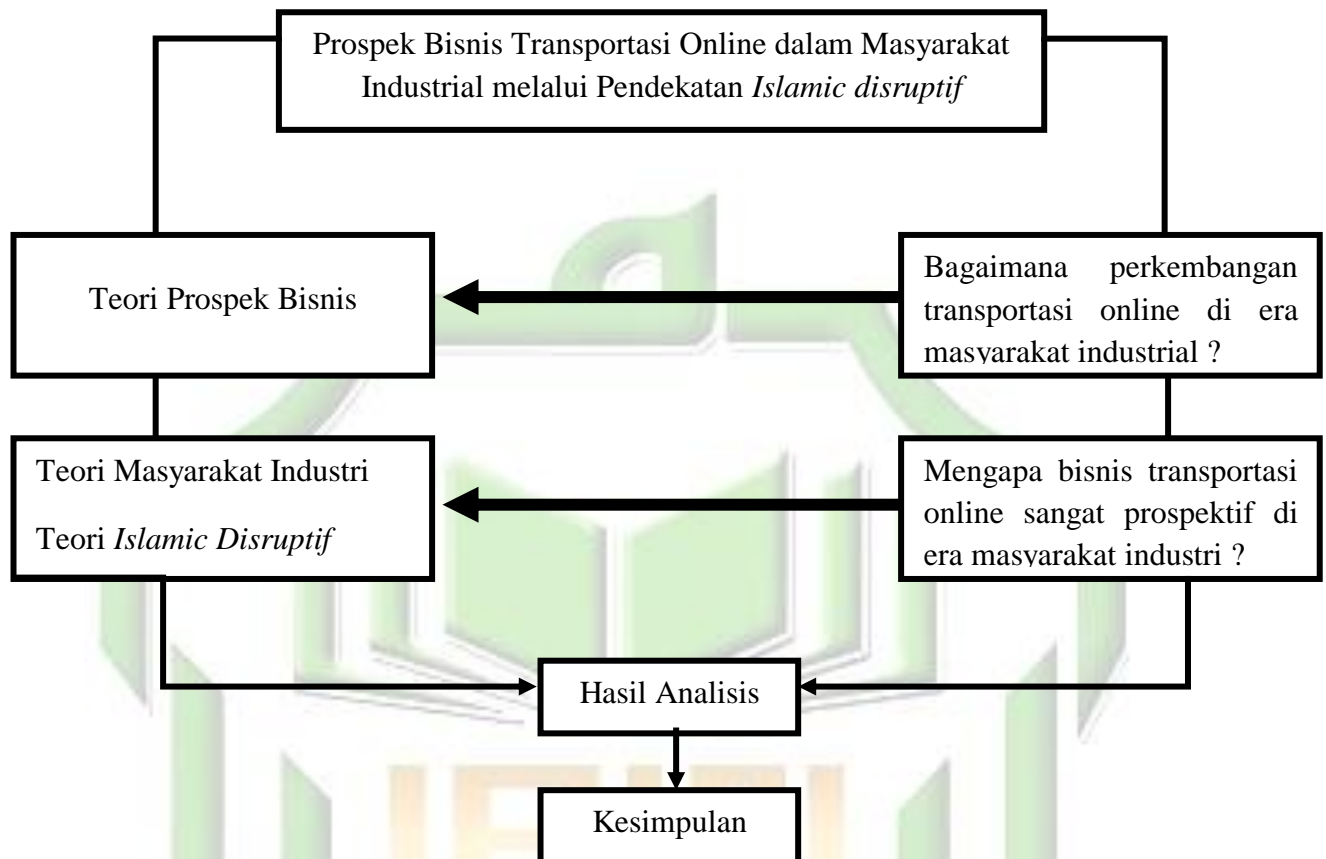
(ojek/taksi online dengan angkutan umum/ojek pangkalan). Maka dari itu sesuai dengan potongan ayat diatas transportasi online di Indonesia dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dalam bermuamalah. Salah satunya adalah prinsip tolong menolong. Islam juga memperkenalkan etika dalam bermuamalah meskipun kemajuan teknologi terus berkembang dengan sangat cepat Islam tetap menerapkan segala bentuk muamalah dalam bingkai akhlak dan etika. Era digital bukan menjadi suatu halangan bagi penerapan etika dan akhlak.

C. Kerangka Pikir dan Pertanyaan Penelitian

1. Kerangka Pikir

Untuk mengkaji pembahasan prosek bisnis transportasi online dalam masyarakat industrial : pendekatan *Islamic disruptif*, maka penulis menyusun kerangka pikir yang sistematis dan konseptual untuk membahas kajian tersebut. Kerangka pikir pada penelitian ini menggunakan teori terkait dengan pembahasan. Kemudian dipaparkan dan di analisis melalui pendekatan islamic disruptif sehingga dapat membedah bahasan mengenai prospek bisnis transportasi online dalam masyarakat industrial : pendekatan islamic disruptif. Untuk mempermudah kerangka pikir pada penelitian ini, penulis ilustrasikan pada skema berikut:

Gambar 2.2



BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Sejarah Transportasi Online di Indonesia

Munculnya berbagai teknologi-teknologi baru, banyak perusahaan dan pebisnis yang terinovasi untuk membuat model bisnis yang menarik dengan layanan yang tidak kalah mengagumkan. Salah satu perkembangan teknologi saat ini terdapat pada layanan ojek online. Walaupun keberadaan transportasi sudah ada sejak dulu, tetapi menjadi sangat fenomenal ketika digabungkan dengan teknologi dan jadilah transportasi berbasis online.⁴⁸

Tahun 2014, hampir tidak ada tanda-tanda yang menunjukkan bila layanan ojek online akan menjadi sesuatu yang sangat besar. Bisnis transportasi *on-demand* memang sudah mulai dikenal, salah satunya karena kehadiran Uber di Indonesia. Namun, Istilah ojek online saat itu belum di kenal. GrabTaxi mulai menguji coba layanan GrabBike di Vietnam pada Oktober 2014, namun tidak ada indikasi bahwa GrabTaxi akan meluncur di Indonesia. Setahun berselang, berkat kehadiran Gojek pada bulan Januari dan layanan GrabBike empat bulan kemudian, layanan ojek online langsung menjadi salah satu bisnis *startup* paling populer di Indonesia. Tidak ada pertumbuhan yang signifikan dari awal mula kemunculannya hingga akhirnya pada pertengahan tahun 2014 mulai ada investor yang berminat berinvestasi

⁴⁸ Ayu Aziah & Popon Rabia Adawia, “Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia)” Cakrawala Jurnal Humaniora, Vol.18, No. 2. September 2018. H,

di Go-Jek setelah melihat masuknya Uber dan GrabTaxi ke pasar Indonesia. Peruntungan Gojek mulai berubah sejak meluncurkan aplikasi *mobile* untuk perangkat android dan iOS di awal Januari 2015.⁴⁹

Memasuki tahun 2016, persaingan ketiga *start up* tersebut justru bertambah sengit. GrabTaxi mengubah namanya menjadi Grab, dan berusaha menyaingi Gojek di bisnis pengantaran makanan dengan membuat layanan GrabFood. Ketika Go-Jek meluncurkan GoPay, Grab pun turut meluncurkan fitur serupa dengan nama GrabPay Credits. Uber pun turut memanaskan persaingan dengan menghadirkan UberMotor, demi bersaing dengan GrabBike dan GoRide. Tidak lama berselang, Gojek pun turut hadir dengan layanan GoCar demi menghadang perkembangan layanan UberX dan GrabCar tepat seminggu setelah Uber meluncurkan UberMotor. Berbeda dengan para pesaingnya, Gojek merupakan *startup* yang menghadirkan layanan paling banyak, setelah membuat layanan seperti GoClean dan GoMassage, Gojek kembali menghadirkan layanan baru berupa layanan perbaikan dan cuci kendaraan GoAuto, layanan isi pula GoPulsa, serta layanan pengiriman obat GoMed.⁵⁰

Berdasarkan data ComScore terhadap pengguna Gojek, Grab dan Uber di aplikasi perangkat android, bulan Desember 2017, Gojek memiliki 9,7 juta pengguna. Sementara, Grab memiliki 9,6 juta pengguna, adapun

⁴⁹ Aditya Hadi Pratama, *Kilas Balik Perkembangan Ojek Online di Indonesia Sepanjang 2015*, <https://id.techinasia.com/kilas-balik-ojek-online-2015>, (diunduh pada 02 Juli 2019, pukul 10:48 WIB)

⁵⁰ Transinasia, *Sejarah Transportasi online di Indonesia*, <http://www.transonlinewatch.com/sejarah-transportasi-online-di-indonesia/> (diunduh pada 02 Juli 2019, pukul 11:13 WIB)

pengguna Gojek dan Grab naik sejak Agustus 2017. Sedangkan jumlah pengunjung Uber mengantongi 2 juta pengguna dan mengalami penurunan dari yang sebelumnya 2,3 juta pengguna.⁵¹ Turunnya tingkat pengguna Uber membuat aplikasi transportasi online ini menyerah sehingga memutuskan untuk angkat kaki dari Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Uber mengumumkan telah menjual seluruh operasionalnya di Asia Tenggara kepada Grab, termasuk aset-asetnya. Operasionalnya itu tersebar di delapan negara Asia Tenggara, yaitu Indonesia, Filipina, Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Kamboja, dan Myanmar. Mundurnya Uber membuat peta persaingan transportasi *online* di Indonesia tertuju pada kedua nama yakni, Grab dan Gojek.⁵²

Seiring berjalannya waktu, persaingan antara Gojek dengan Grab semakin sengit. Keduanya saling salip dalam mengembangkan layanan dan meningkatkan kualitasnya. Harapannya, tentu saja ingin memperoleh jumlah pengguna yang lebih banyak daripada pesaing. Namun, pada akhirnya konsumen yang menjadi penentu. Ini disebabkan karena pasar Indonesia yang sangat luas. Bisa dibayangkan jika jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 265 juta jiwa pada tahun 2018 berdasarkan perhitungan Badan Pusat Statistik (BPS) tentu menjadi daya tarik tersendiri bagi pebisnis, terutama di industri

⁵¹ Agustin Setyo Wardani, “GO-JEK, Grab dan Uber. Orang Indonesia Paling Sering Pakai Apa ?” , <https://www.liputan6.com/teknoread/3289198/go-jek-grab-dan-uber-orang-indonesia-paling-sering-pakai-apa> (diunduh pada 03 Juli 2019, pukul 10:30 WIB)

⁵² Kumparan, “Uber Menyerah, Persaingan Tertuju Pada Grab dan GO-JEK”, <https://kumparan.com/@kumparantech/uber-menyerah-persaingan-tertuju-pada-grab-dan-go-jek> (diunduh pada 03 Juli 2019, pukul 10:58 WIB)

transportasi. Sebab, populasi yang sangat besar itu jelas diiringi dengan angka kebutuhan konsumsi dan mobilitas yang tinggi pula.⁵³

B. Kebijakan Transportasi Online di Indonesia

Munculnya kehadiran suatu inovasi yang berkaitan dengan teknologi transportasi dan komunikasi, kita sebagai konusmen harus lebih bijak dalam penggunaan teknologi tersebut. Tidak hanya itu, pemerintah sebagai regulator juga ikut serta dalam menangani setiap masalah yang berkaitan dengan kemunculannya permasalahan baru, karena dengan kemunculan teknologi baru ini tidak hanya membawa kemudahan bagi kehidupan manusia namun teknologi baru ini juga tersisip kekurangan sehingga munculnya masalah yang baru. Pemerintah harus lebih sigap dalam penengah masalah yang berkaitan terhadap kedua belah pihak tersebut, seperti melakukan mediasi yang akhirnya berujung pada pembentukan kebijakan yang disepakati.

a. Ketentuan Umum Angkutan Kendaraan Bermotor

Pasal 1 ayat (7) Undang-Undang No.22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan menyatakan bahwa: “Kendaraan adalah suatu sarana angkut dijalan yang terdiri atas kendaraan tidak bermotor.” Pasal 1 ayat (8) Undang-Undang No.22 tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan menyatakan bahwa: “Kendaraan bermotor adalah setiap kendaraan yang digerakkan oleh peralatan mekanik berupa mesin selain kendaraan yang berjalan diatas rel.” Pasal 1 ayat (10) Undang-Undang No.22 Tahun 2009 tentang Lalu Linas dan Angkutan Jalan menyatakan bahwa “Kendaraan

⁵³ Gadget Squad, “Gojek Vs Grab Mana yang Paling Banyak dipakai Pengguna ?” <https://gadgetsquad.id/versus/gojek-vs-grab/> (diunduh pada tanggal 10 Juli 2019, pukul 20:57 WIB)

bermotor umum adalah setiap kendaraan yang digunakan untuk angkutan barang dan/atau orang dengan dipungut bayaran.

b. Standar Pelayanan Minimal Angkutan Umum

Pasal 141 ayat (1) Undang-Undang No 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan menyatakan bahwa: “Perusahaan angkutan umum wajib memenuhi standar pelayanan minimal yang meliputi: keamanan, keselamatan, kenyamanan, keterjangkauan, kesetaraan, dan keteraturan. Ayat (2) menyatakan bahwa: “Standar pelayanan minimal sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan berdasarkan jenis pelayanan yang diberikan.”⁵⁴

c. Peraturan Menteri Nomor 108 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak dalam Trayek.

Sebelumnya, pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Nomor 26 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek (PM 26) dan sempat diresmikan pada bulan April tahun 2017 kemudian ditolak Mahkamah Agung (MA) pada Juli tahun 2017. Sementara itu, Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2009 yang mengatur Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (UULAJ) dianggap sudah tidak relevan karena tak mengatur tentang penggunaan motor dan bajaj sebagai sarana transportasi umum. Berbagai pro dan kontra disuarakan masyarakat terkait dengan rumusan Rancangan Peraturan Menteri 26 Tahun 2017. Rumusan tersebut menyatakan, kemenhub hanya mengatur soal taksi berbasis

⁵⁴ Undang-Undang No.22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Umum.

online. Ojek online masih tak terpayungi aturan lantaran tidak masuk kategori kendaraan umum.⁵⁵

Selanjutnya dikutip dari *website* resmi Mahkamah Agung, adapun 4 pertimbangan majelis mengenai Peraturan Menteri No 26 Tahun 2017 tersebut yakni sebagai berikut:

- a) Angkutan Sewa Khusus berbasis aplikasi online merupakan konsekuensi logis dari perkembangan teknologi informasi dalam moda transportasi yang menawarkan pelayanan yang lebih baik, jaminan keamanan perjalanan dengan harga yang relatif murah dan tepat waktu;
- b) Fakta menunjukkan kehadiran Angkutan Sewa Khusus telah berhasil mengubah bentuk pasar dari monopoli ke persaingan pasar yang kompetitif, dengan memanfaatkan keunggulan pada sisi teknologi untuk bermitra dengan masyarakat pengusaha mikro dan kecil dengan konsep *sharing economy* yang saling menguntungkan dengan mengedepankan asas kekeluargaan sebagaimana amanat Pasal 33 ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara RI Tahun 1945;
- c) penyusunan regulasi di bidang transportasi berbasis teknologi dan informasi seharusnya didasarkan pada asas musyawarah mufakat yang melibatkan seluruh stakeholder di bidang jasa transportasi sehingga secara bersama dapat menumbuh-kembangkan usaha ekonomi mikro, kecil dan menengah, tanpa meninggalkan asas kekeluargaan;

⁵⁵ Kustin Ayuwuragil, *Alasan Mengapa Ojek Online Masih Tak Berpayung Hukum*, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi> (diunduh pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 12:57 WIB)

d) dalam permohonan keberatan hak uji materiil ini, Mahkamah Agung menilai objek permohonan bertentangan dengan peraturan perundangundangan yang lebih tinggi, sebagai berikut: Bertentangan dengan Pasal 3, Pasal 4, Pasal 5, dan Pasal 7 UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Karena tidak menumbuhkan dan mengembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan dan prinsip pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah. Kemudian, bertentangan dengan Pasal 183 ayat (2) UU Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Jalan Raya, Karena penentuan tarif dilakukan berdasarkan tarif batas atas dan batas bawah, atas usulan dari Gubernur/Kepala Badan yang ditetapkan oleh Direktur Jenderal atas nama Menteri, dan bukan didasarkan pada kesepakatan antara pengguna jasa (konsumen) dengan perusahaan angkutan sewa khusus.⁵⁶

Kementerian Perhubungan mengeluarkan peraturan baru sebagai pengganti Peraturan Menteri Nomor 26 Tahun 2017 menjadi Peraturan Menteri Nomor 108 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek. Peraturan tersebut sudah disahkan oleh Menteri Perhubungan pada tanggal 24 Oktober 2017. Peraturan Menteri (PM) 108 tersebut tidak hanya mengatur taksi online saja, tetapi terdapat empat angkutan lain yang diatur, diantaranya angkutan antar-jemput, angkutan pemukiman, angkutan karyawan, dan angkutan sewa. Menurut PM

⁵⁶ Mahkamah Agung, <https://www.mahkamahagung.go.id/id> (diunduh pada tanggal 28 Juli 2019 Pukul 13:14 WIB)

108, angkutan taksi online merupakan angkutan dari pintu ke pintu dengan pengemudi, memiliki wilayah operasi, dan pemesanan menggunakan aplikasi berbasis teknologi. PM 108 juga berisi pelayanan yang harus diwajibkan oleh pengemudi taksi online. Kewajiban tersebut yakni tarif harus tertera di aplikasi, penggunaan kendaraan harus sesuai pemesanan, tidak menaikkan penumpang secara langsung di jalan, beroperasi pada wilayah yang telah ditetapkan dan wajib memenuhi standar layanan minimum. Aturan tentang tarif batas atas dan bawah juga masih tercantum dalam PM 108. Selain itu, pengenaan stiker di kendaraan taksi online dalam aturan merupakan suatu keharusan yang dipenuhi. Mengenai kuota, wilayah operasi, dan Sertifikasi Registrasi Uji Tipe (SRUT) juga terdapat dalam peraturan tersebut. Sementara, dalam PM 108 juga mengatur tentang pengawasan dan pelanggaran taksi online, serta mengatur perusahaan penyedia layanan aplikasi taksi online.⁵⁷

Tujuan diadakannya peraturan pemerintah tentang angkutan orang dengan kendaraan bermotor umum tidak dalam trayek adalah terwujudnya pelayanan kendaraan dengan memanfaatkan penggunaan aplikasi berbasis teknologi informasi untuk mengakomodasi kemudahan aksesibilitas bagi masyarakat. terwujudnya angkutan yang aman, selamat, nyaman, tertib, lancar dan terjangkau. Terwujudnya usaha yang mendorong pertumbuhan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan dan prinsip pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah. Terwujudnya

⁵⁷ Aprillia Ika, *Kemenhub Terbitkan Peraturan Taksi Online yang Baru*, <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/10/27/095248126/kemenhub-terbitkan-peraturan-taksi-online-yang-baru-apa-isinya> (diunduh pada tanggal 28 Juli 2019 Pukul 13:47 WIB)

kepastian hukum terhadap aspek keselamatan, keamanan, kenyamanan kesetaraan, keterjangkauan, keteraturan serta menampung perkembangan kebutuhan masyarakat dalam penyelenggaraan angkutan umum dan terwujudnya perlindungan dan penegakkan hukum bagi masyarakat.⁵⁸



⁵⁸ Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, “Mengetahui dan Memahami PM 108 Tahun 2017” Biro Komunikasi dan Informasi Publik, <http://dephub.go.id/post/read/mengenal-dan-memahami-pm-108-tahun-2017> (diunduh pada tanggal 15 September 2019 Pukul 16:33 WIB).

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS

A. Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Masyarakat Industrial

1. Perkembangan Transportasi *Offline/Luring* di Indonesia

Perkembangan zaman yang serba menggunakan teknologi berkembang begitu cepat dan pesat. Beberapa tahun belakangan ini Indonesia banyak mendapati inovasi-inovasi terbaru. Salah satunya transportasi. Transportasi sejak dulu memang sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari masyarakat Indonesia, apalagi untuk kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Medan, dll transportasi adalah salah satu roda penggerak perekonomian, banyak jenis transportasi menghiasi kehidupan kota mulai dari kereta api, angkot (Angkutan Kota), bus, sampai ojek. Ojek Sejak awal kemunculannya ojek belum bernama ojek, ojeg, atau pun nama yang lain. Mereka hanya orang yang menawarkan jasa mengantar dari pasar atau pelabuhan ke rumah penumpang. Banyak yang mengatakan jika ojek berasal dari kata objek.

Menurut KBBI objek memiliki arti benda atau objek yang dibicarakan. Kata objek lambat laun menjadi ngobjek dan akhirnya bertransformasi menjadi ngojek. Pada saat itulah kata ojek atau ngojek mulai digunakan secara luas. Ojek diperkirakan ada pertama kali sekitar tahun 1969-1970 di Jawa Tengah dan juga Jakarta. Sekitar tahun-tahun tersebut di pedesaan kecil Jawa Tengah banyak orang menawarkan jasa mengantar orang. Alasannya adalah jalan utama rusak dan susah dilalui oleh mobil. Hal ini disambut baik oleh banyak orang. Pasalnya memakai jasa ojek ini jauh lebih murah ketimbang menyewa sopir atau mengisi bahan bakar untuk mobil. Awalnya ojek dilakukan dengan menggunakan sepeda

kuno yang besar. Sepeda ini tahan medan terjal dan kalau pun jatuh tidak akan rusak. Sepeda ini dianggap berkah bagi banyak orang hingga di Jakarta saja muncul 500 pengojek sepeda dalam waktu yang relatif singkat. Seiring berjalannya waktu, ojek bertransformasi lagi dari yang awalnya hanya sepeda kayuh menjadi sepeda motor bermesin 90cc buatan Jepang pada waktu itu.⁵⁹

Sekitar tahun 1974 seorang pengusaha asal Jakarta membeli 20 buah sepeda motor lalu dijadikannya usaha sekitaran wisata ancol. Banyak penumpang yang akhirnya menggunakan jasa tersebut, peminatnya pun cukup banyak. Hal tersebut lantas membuat direktur lalu-lintas Markas Besar Kepolisian saat itu, Brigadir Jenderal Karamoy mengatakan bahwa penggunaan sepeda motor roda dua bertentangan dengan peraturan lalu lintas. Bukan hanya transportasi *online*, transportasi *offline* pun diawal kemunculannya tidak disenangi. Namun, hingga kini ojek motor tetap hidup, dan bahkan masih bisa ditemukan disekitaran kita meskipun ditengah gempuran ojek-ojek *online*.⁶⁰ Dilansir dari portal berita OkeZoneNews seorang tukang ojek berumur 69 bernama Babe Uban sudah melaksanakan profesinya sejak 20 tahun yang lalu tepatnya pada tahun 1998 saat runtuhnya rezim orde baru. Beliau bercerita ketika masa kejayaan menjalani profesinya sebelum muncul ojek online. Menurutnya, dirinya harus berangkat dari rumah sekitar pukul 04.30 WIB karena begitu ramainya stasiun, apalagi pada hari Senin.

⁵⁹ Adi Nugroho, *Sejarah Ojek di Indonesia dari Zaman Dahulu hingga sekarang*, <https://www.boombastis.com/sejarah-ojek/45601> (diunduh pada tanggal 5 Oktober 2019, pukul 10:06 WIB)

⁶⁰ Hendaru Tri Hanggono, *Mengorek Sejarah Ojek*, <https://historia.id/urban/articles/mengorek-sejarah-ojek-DB9B6> (diunduh pada tanggal 5 Oktober 2019, pukul 10:52 WIB)

"Zaman dulu kalau hari Senin, saya harus jalan dari kontrakan jam 04.30 pagi,"

Bicara penghasilan, sebelum maraknya ojek online, ia mengaku dengan mudahnya mendapatkan uang sebesar Rp200.000 hingga Rp300.000 per harinya. Namun, setelah adanya ojek online, Uban harus puas mendapatkan pendapatan rata-rata Rp50.000 per harinya. Soal perang tarif antara ojek konvensional dan ojek online adalah satu sebab kemerosotan para pengguna jasa ojek.⁶¹ Lain halnya dengan Babe Uban, dilansir dari portal berita terkemuka Tirto.id ada beberapa alasan mengapa para pengemudi ojek pangkalan enggan berpindah ke ojek *online* meski derasnya arus disrupsi. Salah satunya Alex yang berusia 37 tahun sudah menjadi tukang ojek pangkalan sejak 2001 tidak begitu tertarik berpindah ke ojek *online* dengan alasan menjadi sopir ojek lebih rumit karna untuk narik harus ada kuota dan harganya tidak pasti, tergantung hitungan aplikasi. Jika ojek pangkalan, katanya pelanggan datang sendiri. Berbeda dengan Alex, Ahmad salah satu tukang ojek dipangkalan yang sama memberi alasan mengapa tidak ingin bergabung dengan ojek *online* "Harus keliling-keliling, butuh pulsa, dan ngejar target bonus," kata pria 44 tahun ini. Ditambah lagi, adiknya yang sudah bergabung ojek online harus pulang jam 1 malam untuk mengejar target.

Syarkawi Rauf, Ketua Komisi Pengawasan Persaingan Usaha, mengatakan disrupsi teknologi ini nyatanya memang tak bisa ditolak. "Yang perlu dilakukan adalah *adjustment* (penyesuaian)," ujarnya. Ia sadar kalau

⁶¹ Achmad Fardiansyah, *Ojek Pangkalan di Jakarta: dulu jadi "Raja" kini nyambi jadi tukang Cuci Piring*, <https://megapolitan.okezone.com/read/2018/07/04/338/1917952/ojek-pangkalan-di-jakarta-dulu-raja-kini-nyambi-jadi-tukang-cuci-piring> (diunduh pada tanggal 5 Oktober 2019, pukul 11:17 WIB)

perkembangan bisnis tak bisa dihambat, apalagi perkembangan teknologi yang membuat disrupsi bisnis berjalan lebih cepat. Melihat hal ini, Alex dan para sopir ojek pangkalan lainnya seolah meyakini petiti lama yakni kalau memang sudah rezeki tak akan kemana.⁶²

Kendati demikian banyak hal terjadi diawal kemunculan ojek *online* ini. Sebagian besar pengemudi ojek pangkalan merasa terganggu dengan kehadiran ojek *online* karena mereka menganggap bahwa ojek *online* merebut lahan nafkah mereka. Akibatnya muncul beberapa kasus bentrokan antara ojek pangkalan dan ojek *online*. Terkait hal tersebut, Ketua Dewan Transportasi Kota Jakarta Ellen Tangkudung mengatakan perkembangan teknologi jelas tak bisa dihindari. Namun, jika kemajuan teknologi ini memunculkan masalah, maka pemerintah seharusnya segera bertindak. Pemerintah, kata Ellen, harus mencari cara bagaimana agar ojek konvensional tidak ‘bentrok’ dengan ojek online. Senada, Ditha Wiradiputra, Dosen Hukum Persaingan Usaha FHUI, mengatakan pemerintah tak bisa tinggal diam dengan adanya fenomena ini. Sebagai opsi solusi, Ditha menyebut contoh cara pemerintah mengatasi dampak menjamurnya minimarket-minimarket modern yang sempat dituding mematikan pasar tradisional. Saat itu, papar Ditha, ketika awal minimarket menjamur, banyak masyarakat yang mengajukan keberatan ke pemerintah.

Pemerintah akhirnya menanggapi keberatan itu dengan memberikan syarat-syarat kepada pelaku usaha yang ingin membuka minimarket agar

⁶² Tery Muthahhari, *Dalam Arus Deras Disrupsi Ojek Online*, <https://tirto.id/dalam-arus-deras-disrupsi-ojek-online-cB14> (diunduh pada tanggal 6 Oktober 2019, pukul 9:58 WIB)

mendapatkan izin usaha.⁶³ Untuk menghindari bentrokan antara ojek konvensional dan ojek *online* ini maka disiasati dengan wilayah-wilayah yang tidak boleh dijangkau oleh ojek *online* misalkan saja seperti di stasiun UI dimana ojek *online* hanya boleh menerima penumpang sekitar 20 meter dari stasiun. Kemudian bandara-bandara yang memberikan peraturan bahwa taksi *online* hanya diperbolehkan mengantar penumpang dan tidak boleh menaikkan/mengambil penumpang, seperti di bandara Tjilik Riwut Palangka Raya. Hal ini sedikit banyak mempunyai pengaruh terhadap eksistensi taksi/ojek konvensional ditengah maraknya kemunculan ojek/taksi *online* saat ini. Meski tidak seramai dulu, namun ojek pangkalan tetap beroperasi sebagaimana mestinya, begitupun dengan angkutan kota meski semakin hari penumpang yang menaiki moda transportasi ini semakin berkurang namun hingga hari ini angkot tetap berseliweran di jalan kota-kota besar, hal tersebut adalah salah satu bukti masih adanya yang berminat terhadap angkot dan ojek konvensional. Kemudian hal lain yang masih membuat bertahannya ojek dan taksi konvensional juga dikarenakan tidak semua kalangan mampu menggunakan serta memanfaatkan aplikasi ojek/taksi *online* karena terbatasnya pengetahuan mengenai hal tersebut.

2. **Dinamika Transportasi Online / daring**

Transportasi online diawal kemunculannya menuai banyak kontroversi, disatu sisi banyak masyarakat menyambut baik kehadirannya namun disisi lain banyak yang menolak. Tentu pihak yang kontra adalah sebagian besar dari pengemudi taksi konvensional dan juga ojek pangkalan. Banyak kekisruhan terjadi diawal berdirinya ojek *daring* ini. Bentrok ojek online dengan ojek

⁶³ HukumOnline.Com, *Ini Solusi Atasi 'Bentrokan' Ojek Pangkalan vs Ojek Online*, <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5600fb4f53445/ini-solusi-atasi-bentrokan-ojek-pangkalan-vs-ojek-online/> (diunduh pada tanggal 6 Oktober 2019, Pukul 10:50 WIB)

pangkalan tak hanya terjadi di satu kota saja. Seperti halnya di Tangerang, bentrok tak terhindarkan setelah aksi penolakan ojek dan taksi online dilakukan sopir angkot pada 8 Maret 2016 lalu. Akibatnya, tiga pengemudi ojek online dilarikan ke Rumah Sakit Sari Asih, Tangerang. Tak hanya itu, di Yogyakarta, ketegangan antara transportasi online dan konvensional berujung pada konflik-konflik kecil.

Pada 26 Februari 2016, sebuah taksi online menjadi sasaran penyerangan taksi konvensional yang menyebabkan kaca mobil pecah. Untuk pengemudi ojek online, intimidasi juga terjadi. Mereka dilarang masuk zona merah yang ditetapkan para sopir ojek pangkalan dan taksi konvensional. Zona merah itu meliputi stasiun, bandara, rumah sakit, dan beberapa pusat wisata. Kejadian serupa pernah terjadi di Jakarta. Aksi besar-besaran itu dilakukan oleh sopir taksi dan angkot pada 22 Maret 2016. Ribuan sopir mogok massal dan menuntut pemerintah menutup transportasi online, ojek maupun taksi.⁶⁴

Tidak bisa dipungkiri bahwa semakin berkembangnya dunia, maka harus semakin berkembang juga semua manusia yang tinggal di dalamnya, tidak terkecuali siapapun itu. Ojek online yang muncul secara tiba-tiba seolah-olah merupakan jawaban atas segala permasalahan yang diderita oleh masyarakat perkotaan saat ini.

Masyarakat sudah lama mendambakan alat transportasi yang efektif, efisien, dan juga mengutamakan keselamatan. Iming-iming tarif murah pun menambahkan nilai positif bagi ojek online. Perkembangan ojek online pun naik secara drastis dalam waktu yang sangat cepat. Banyak masyarakat yang pertama-

⁶⁴ Mawa Kresna, "*Ramai-Ramai Menolak Ojek dan Taksi Online*", <https://tirto.id/ramai-ramai-menolak-ojek-dan-taksi-online-cmbG> (diunduh pada tanggal 05 September 2019, Pukul 9:54 WIB).

tama "iseng" menggunakan alat transportasi berbasis aplikasi ini, yang kemudian jatuh hati dan berpaling untuk terus menggunakan ojek online di kehidupan sehari-harinya. Semakin berkembangnya ojek online, tak dapat dipungkiri bahwa semakin terpuruknya ojek pangkalan. Hampir seluruh pelanggan tetapnya beralih ke ojek online yang dapat dengan mudah dipesan hanya dengan smartphone mereka masing-masing. Harga yang tetap dan murah pun jauh berbeda dengan ojek pangkalan yang kerap kali berubah tarifnya. Lambat laun bisnis ojek online di Indonesia membuat seluruh ojek pangkalan ketar ketir memikirkan nasib mereka ke depannya. Mereka tidak menginginkan adanya perubahan, namun lingkungan mereka mengharuskan adanya perubahan untuk hidup yang lebih mudah ke depannya.

Aplikasi transportasi online kini sudah merambat ke ranah yang lebih luas lagi, darimulai taksi hingga mobil pribadi. Hal ini tentu semakin memicu perdebatan antara pemilik transportasi konvensional serta pemilik aplikasi transportasi online. Hampir semua pemilik alat transportasi konvensional tidak menyukai atas kehadiran aplikasi tersebut. Mereka beralasan bahwa kehadiran aplikasi online ini hanyalah mengganggu jalannya bisnis transportasi di Indonesia, terlebih para aplikasi ini belum memiliki izin resmi dari pemerintah. Masyarakat pun semakin dimanjakan dengan segala pelayanan yang ditawarkan oleh aplikasi online, yang tentunya tidak bisa didapatkan dari alat transportasi konvensional lainnya. Berbagai macam teguran dari pihak pemerintah sudah mulai bermunculan, namun kedudukan aplikasi online tidak tergoyahkan.⁶⁵

⁶⁵ Kompasiana, *Dinamika Transportasi Online di Indonesia*, <https://www.kompasiana.com/marcellamp/573b1a76b17a612c0bd6f947/dinamika-transportasi-online-di-indonesia> (diunduh pada tanggal 05 September 2019 Pukul 9:38 WIB)

Terlepas dari banyaknya kontroversi yang terjadi, banyak hal yang menyebabkan masyarakat berpindah dari transportasi konvensional ke transportasi online. Adapun beberapa alasan mengapa sebagian besar masyarakat menggunakan transportasi online selain karena mudah dari sisi penggunaan, moda transportasi ini juga dianggap lebih hemat ongkos. Sebagaimana yang diberitakan portal berita Okezone yang ditulis oleh Aditya Gema Pratomo, yang menyebutkan beberapa alasan mengapa transportasi *online* lebih digemari. Pertama, Praktis, semua konsumen menginginkan layanan transportasi yang memudahkan mereka. Dengan aplikasi transportasi, Anda dapat melakukan pemesanan di mana saja. Kedua, Tarif yang Jelas, tarif yang jelas aplikasi transportasi online seperti Gojek, Uber, dan Grab, menciptakan sebuah sistem yang memungkinkan konsumen untuk mengetahui tarif. Hal tersebut akan membantu konsumen untuk memperkirakan uang yang akan dibawa. Ketiga, lebih aman, Sistem yang terdapat di aplikasi online akan membuat posisi Anda diketahui secara jelas. Jika Anda pengemudi nakal, maka perusahaan akan dengan mudah melacaknya. Keempat, Kemudahan Pembayaran, di era digital seperti sekarang, uang tunai bukanlah satu-satunya alat pembayaran. Beberapa aplikasi transportasi online telah memiliki sistem pembayaran sendiri yang berfungsi untuk memudahkan konsumen. Kelima, Inovasi Tiada Henti, beberapa perusahaan penyedia layanan transportasi online telah menyediakan beragam inovasi untuk menghibur konsumen, seperti jaringan wifi bahkan perangkat hiburan di mobil.⁶⁶

⁶⁶ Aditya Gema Pratomo, “*Ini Alasan Transportasi Online lebih digemari daripada Tradisional*” <https://techno.okezone.com/read/2017/02/24/207/1627390/ini-alasan-transportasi-online-lebih-digemari-daripada-tradisional> (diunduh pada Tanggal 05 September 2019 Pukul 10:36 WIB).

Gojek adalah revolusi sarana transportasi rakyat. Gojek adalah suatu pergeseran kultur. Gojek adalah teknologi. Gojek adalah fenomena kekinian dalam ranah bisnis teknologi di Indonesia. Simbol warna hijau dan hitamnya berlalu-lalang di jalan raya nyaris tanpa henti. sejak fajar merekah hingga gelap malam bergulir, para mitra Gojek setia melayani pelanggan untuk memenuhi kebutuhan transportasi, layanan pengiriman barang, kebersihan, kecantikan, hingga pijat. Siapa sangka dalam waktu lima tahun di Indonesia, Gojek telah bertransformasi menjadi raksasa bisnis teknologi yang melahap apapun potensi bisnis di hadapannya. Semua itu bermula dari Nadiem Makarim, Putra Indonesia yang lahir pada 4 Juli 1984.⁶⁷ Gojek mampu melayani kebutuhan calon penumpangnya yang tersebar luas. Para pengemudinya datang dari berbagai wilayah dengan ratusan ribu armada dan menyediakan aneka kebutuhan (pesanan makanan, jasa pijat, pembersih rumah atau kamar, antar-muat, jasa pindahan). Saat permintaan datang bertubi-tubi, pasokan mereka semakin bertambah. Permintaan yang besar seperti ini dahulu nyaris tak terlayani oleh para pelaku usaha seperti jasa ojek. Begitu pula dengan Grab, bergerak di bidang pelayanan taksi ini membidik penumpang yang sebelumnya tak bisa naik taksi karena menganggap taksi terlalu mahal—mirip seperti AirAsia yang bermoto “*Now Everybody Can Fly*”. Tarif yang relatif lebih murah, mereka bisa melayani kelas menengah baru yang memiliki kemampuan finansial terbatas. Tidak sekadar mobil atau motor, Grab memperluas usaha pada hampir semua alat transportasi.⁶⁸

⁶⁷ Doni Wijayanto, *GO-JEK For Every Need*, PT.Tiga Serangkai: Solo, 2018. H. 2.

⁶⁸ Rhenald Kasali, *Disruption :Tak ada yang Tak bisa diubah sebelum dihadap Motivasi saja tidak Cukup*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta: 2018, h, 51.

Mata dan telinga masyarakat Indonesia, mulai terbuka saat aplikasi Gojek secara resmi diperkenalkan ke masyarakat pada 20 Januari 2015. Aplikasi itu digunakan untuk memesan ojek, hampir sama dengan aplikasi Uber untuk memesan taksi yang lebih dulu terkenal. Layanan *ride sharing* yang dimotori Gojek di Indonesia memang telah menjadi tren global, terutama setelah layanan Uber dan Grab mendunia. Sebelum aplikasi meluncur, Gojek menerapkan sistem pesan layanan melalui telepon. Setelah ekosistem Android dan iOS kian digemari, Gojek menghadirkan aplikasi yang berbasis iOS dan Android. Awal mula peluncuran aplikasi, tiga layanan yang dimiliki Gojek adalah transportasi, kurir, dan layanan belanja. Seperti yang kita tahu, layanan transportasi adalah layanan antar jemput pelanggan menggunakan ojek, berbeda dengan kurir yang hanya bisa untuk mengantar barang.

Adapun untuk layanan belanja, pengguna dapat memesan barang yang ingin dibeli kepada Gojek dan barangnya akan diantar sesuai dengan pesanan. Misalnya ketika ingin membelikan makanan untuk teman dan diantar ke rumahnya, hanya perlu memesan saja maka makanan tersebut akan diantar.⁶⁹ Nadiem sebagai *founder* dan CEO mengutarakan bahwa ia mempunyai keinginan memperbarui ojek yang kita kenali selama ini terkesan tidak teratur dan kumuh menjadi salah satu alternatif transportasi kekinian, profesional, dan terpercaya. Diluncurkannya aplikasi Gojek diharapkan dapat mengefesiensikan waktu pelanggan dan pengemudi Gojek.⁷⁰ Senada dengan Gojek, Grab merupakan platform pemesanan kendaraan terkemuka di Asia Tenggara. Grab menjawab sejumlah tantangan transportasi yang krusial dan mewujudkan kebebasan

⁶⁹ Doni Wijayanto, “Go-Jek For Every Need”, PT.Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, Solo: 2018, h, 64.

⁷⁰ *Ibid*, h, 65.

transportasi bagi 620 juta orang di Asia Tenggara. Grab bermula dari aplikasi pemesanan taksi pada 2012, yang kemudian mengembangkan platform produknya termasuk layanan pemesanan mobil sewaan dan ojek. Layanan Grab ditujukan untuk memberikan alternatif berkendara bagi para pengemudi dan penumpang yang menekankan pada kecepatan, keselamatan dan kepastian. Pada tanggal 14 Juli 2016 Grab memaparkan perkembangan bisnisnya dimana Grab mencatat pertumbuhan layanan GrabCar dan GrabBike yang luar biasa, terutama di Indonesia, pada semester pertama 2016 sejak Grab melakukan rebrand sebagai platform penyedia layanan pemesanan kendaraan terlengkap di bulan Januari lalu. Grabcar dan GrabBike di Indonesia tumbuh lebih dari 250 kali sejak pertengahan 2015 – Kini, layanan penyewaan mobil pribadi dan ojek online menjadi bagian besar dari bisnis Grab secara keseluruhan, yang juga meliputi pemesanan taksi dan layanan kurir.

Teknologi *machine learning* dan kemampuan analitik data Grab yang mumpuni telah menjadi faktor pendorong pertumbuhan yang signifikan dan memungkinkan efisiensi secara besar-besaran dari waktu ke waktu. Sebagai contoh, pada 2016, layanan GrabBike di Indonesia telah tumbuh 300 persen (year to date), seraya melakukan pengurangan subsidi untuk tiap perjalanan yang diselesaikan sebesar 50 persen, dimana hal ini menunjukkan tingginya keterlibatan dan keterlekatan pengguna pada platform multi-layanan Grab. 1 dari 4 pengguna aktif bulanan Grab di Indonesia menggunakan lebih dari satu layanan Grab.

Indonesia telah menjadi pasar terbesar Grab berdasarkan jumlah perjalanan yang diselesaikan seluruh platform. Grab secara khusus memfokuskan bisnisnya di Jakarta, yang didiami oleh lebih dari 30 juta penduduk dimana Grab

memberikan layanan ojek, penyewaan mobil pribadi dan pemesanan taksi online. Grab juga berencana untuk melakukan ekspansi platform multi-layanannya ke lebih dari delapan *megacity* di luar kota Jakarta, dengan total populasi sebesar 38 juta. Indonesia merupakan negara keempat terbesar dari segi populasi, dengan total penduduk lebih dari 250 juta. Grab menawarkan pilihan layanan pemesanan kendaraan terbanyak di sebagian besar pasar di Asia Tenggara, yang telah diunduh di lebih dari 17 juta perangkat dan 320.000 pengemudi di 30 kota di seluruh Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam.⁷¹

Saat ini persaingan antara dua aplikasi ojek online ini begitu ketat. Dalam riset terbarunya bertajuk *'The Global Unicorn Club'* lembaga riset internasional, *CBInsights* menyatakan Gojek telah memiliki valuasi US\$10 miliar. Artinya Gojek sudah berhak menyalang status *decacorn*. *CBInsights* menghitung saat ini baru ada 19 startup *decacorn* di dunia. *Decacorn* terbanyak berasal dari AS (Amerika Serikat).⁷² Lebih dulu menyalang, Grab mengumumkan menjadi startup dengan status *decacorn* pertama di Asia Tenggara. Hal ini terungkap dari situs Grab yang berjudul "Terima Kasih Telah Jadikan Grab *Decacorn* Pertama". "Grab, *everyday* SuperApp kamu, adalah *Decacorn* pertama di Asia Tenggara," Selain menulis pada situsnya, Grab juga mengumumkan pengukuhan status ini lewat aplikasinya. Dalam aplikasinya Grab memberikan diskon dengan kode *Decacorn* bagi para penggunanya. Seraya diikuti dengan tulisan. "Terimakasih karena kamu kita jadi *decacorn* pertama di Asia Tenggara." Akhir tahun 2018 lalu, Grab dikabarkan baru saja mengantongi pendanaan Rp4,3 triliun (US\$ 3

⁷¹ Grab, "Grab Paparkan Perkembangan Bisnis Semester Pertama 2016", <https://www.grab.com/id/press/business/grab-paparkan-perkembangan-bisnis-semester-pertama-2016/> (diunduh pada tanggal 05 September 2019, pukul 13:43 WIB).

⁷² Bernhart Farras, "10 Tahun Beroperasi, Akhirnya Gojek jadi 'Decacorn SuperApp'", <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190405091708-37-64792/10-tahun-beroperasi-akhirnya-gojek-jadi-decacorn-superapp> (diunduh pada tanggal 05 September 2019, pukul 14:07 WIB).

miliar). Total pendanaan US\$3 miliar ini membuat total valuasi (nilai perusahaan) Grab mencapai lebih dari US\$11 miliar (Rp158,6 triliun) dan akhirnya membawa Grab menyanggah status sebagai *Decacorn*. *Decacorn* sendiri merupakan perusahaan dengan valuasi lebih dari US\$10 miliar. Sementara *Hectocorn* memiliki valuasi lebih dari US\$100 miliar. *Unicorn* adalah status perusahaan startup teknologi dengan valuasi lebih dari US\$1 miliar.⁷³

Melihat pencapaian serta kemajuan-kemajuan pesat dari transportasi *online* beberapa waktu belakangan ini, maka tidak bisa dipungkiri bahwa kemajuan perkembangan akan hadirnya ojek dan taksi *online* di Indonesia begitu besar dan peluang-peluang akan terus berdatangan seiring bertambahnya kebutuhan-kebutuhan gaya hidup masyarakat saat ini. Hal ini pula tentu membuat perusahaan-perusahaan penyedia layanan ojek dan taksi daring tersebut memacu untuk membuat inovasi-inovasi yang lebih kekinian, serta terus memberikan layanan-layanan terbaik yang mereka miliki.

3. Inovasi Transportasi *Online* dalam Masyarakat Industrial

Era disruptif adalah era dimana masyarakat mempunyai perubahan-perubahan yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya. Banyak perusahaan-perusahaan lama yang menjadi korban akibat inovasi ini. Hal ini juga melahirkan perusahaan-perusahaan baru yang secara konsisten berinovasi dan gerakannya tidak terdeteksi oleh para perusahaan *incumbent*. Pada bab sebelumnya telah dijelaskan bahwa disruptif adalah sebuah inovasi. Inovasi yang menggantikan seluruh sistem lama dengan cara-cara baru. Inovasi dan disrupti adalah sebuah

⁷³ Adhi Wicaksono, “Grab Resmi Umumkan Status Decacorn”, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190228092233-185-373332/grab-resmi-umumkan-status-decacorn> (diunduh pada tanggal 05 September 2019, Pukul 14:24 WIB)

hal yang baru dan memiliki sifat yang hampir sama. Perbedaannya terletak pada disrupsi adalah hal yang membuat kita mengganti bagaimana cara berpikir, bersikap, dan melakukan bisnis. Clayton Christensen mengatakan bahwa disrupsi ini akan menggantikan pasar lama, industri, bahkan teknologi sehingga menghasilkan suatu kebaruan yang lebih efisien dan menyeluruh.

Inovasi ini bersifat destruktif dan kreatif yang artinya inovasi ini memiliki kemampuan menciptakan pasar yang baru dan barang yang baru. disrupsi terjadi diberbagai bidang, fenomena terbaru yakni terjadinya disrupsi pada bidang transportasi *online* yang menghancurkan dalam sekejap transportasi konvensional. Pada masa lalu, seseorang yang berprofesi sebagai dokter tidak bisa ataupun sangat sulit merangkap menjadi seorang *driver*. Namun saat ini semua orang bisa menjadi *driver* dengan hanya bermodalkan kendaraan pribadi yang dimiliki.⁷⁴ Serangan inovasi disruptif pada masyarakat di era saat ini pun menuai efek positif dan negatif. Bisa menjadi sebuah peluang dan tantangan. Peluang bagi mereka yang siap akan perubahan dan kemajuan-kemajuan yang terjadi dan bisa menjadi tantangan yang hebat bagi mereka yang berusaha tetap bertahan dengan derasnya arus inovasi ini.

Transportasi manapun sejatinya pilihan masyarakat, masyarakatlah yang menentukan ingin memilih armada yang diminati. Berbagai pelarangan dan ancaman yang diberikan kepada *driver* ojek/taksi *online* sejatinya hanya menghambat untuk beberapa saat saja, karena masyarakat tetap jatuh hati dengan kehadiran transportasi yang cepat, murah, efisien dan mengedepankan sistem keamanan. Kemunculan transportasi *online* ini juga sebagai jawaban atas fasilitas

⁷⁴ Kompasiana, *Transportasi di Era Disruptif*,
<https://www.kompasiana.com/nisahd/5a03a1dbed967e1f355257c2/transportasi-di-era-disruptif>
 (diunduh pada tanggal 7 Oktober 2019 pukul 09:46 WIB)

kendaraan umum yang semakin hari semakin buruk. Melihat hal ini berbagai perusahaan *star up* pun berlomba-lomba menjual jasanya. Grab dan Gojek bersaing dengan begitu ketatnya, pelayanan-pelayanan yang dijual sejalan dengan sebagian besar karakter masyarakat Indonesia. Dahulu kita tahu bahwa ojek hanyalah sebatas mengantar penumpang, namun siapa sangka saat ini perusahaan ojek bisa menjual layanan sebagai pengantar makanan, rental mobil, serta pengantar pesanan. Hal yang dulu tidak pernah terpikirkan sebelumnya, inovasi yang begitu kreatif dan sangat menjual dikalangan masyarakat. Kemunculan transportasi ini sejalan dengan kebutuhan masyarakat yang semakin hari semakin meningkat.

Masyarakat butuh tumpangan yang cepat, murah dan aman. Semua terjawab oleh transportasi *online*. Hal ini tidak bisa dihindari oleh ojek-okej dan angkutan umum yang harus menunggu dalam waktu yang relatif lama agar bisa memenuhi kursi-kursi penumpang. Adapun ojek sendiri pun ongkos yang ditentukan sesuai dengan keinginan tukang ojek yang mana hal ini sering memberatkan penumpang. Kekurangan-kekurangan yang ada pada ojek dan angkutan konvensional itupun menjadi perhatian lebih oleh penggagas-penggagas perusahaan taksi dan ojek *online*. Inovasi ini diterima dengan baik oleh sebagian masyarakat khususnya pengguna setia ojek/taksi *online*. Indonesia sedang mengalami masa pergeseran gaya hidup, pola konsumsi dan produksi dari *offline* ke *online*. Lembaga riset pasar, e-Marketer memperkirakan netter Indonesia mencapai 123 juta orang pada 2018. Melihat begitu tingginya angka penetrasi pengguna internet di Indonesia, penerapan teknologi digital menjadi suatu keharusan bahkan kebutuhan bagi para pelaku bisnis. Salah satu teknologi yang mengubah dunia bisnis adalah kehadiran *mobile* internet yang mengakibatkan

pertumbuhan pesat. Perkembangan ekonomi digital Indonesia juga memiliki pasar yang sangat besar karena jumlah penduduk yang mencapai 250 juta jiwa. Sekitar 93,4 juta orang saat ini merupakan pengguna internet dan terus mengalami peningkatan jumlahnya untuk masa-masa mendatang.⁷⁵

Melalui *website* resminya Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia mengatakan bahwa Indonesia akan jadi pemain digital terbesar di Asia Tenggara. Tak hanya sekedar untuk mencari informasi dan *chatting*, masyarakat di kota-kota besar kini menjadikan internet terlebih lagi *e-commerce* sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Perilaku konsumtif dari puluhan juta orang kelas menengah di Indonesia menjadi alasan mengapa *e-commerce* di Indonesia akan terus berkembang. Berbicara mengenai industri ini memang tidak semata membicarakan jual beli barang dan jasa via internet. Tetapi ada industri lain yang terhubung di dalamnya. Seperti penyediaan jasa layanan antar atau logistik, provider telekomunikasi, produsen perangkat pintar, dan lain-lain. Pada akhir tahun 2015, nilai bisnis *e-commerce* tanah air diprediksi sekitar USD 18 miliar. Pada tahun 2020, volume bisnis *e-commerce* di Indonesia diprediksi akan mencapai USD 130 miliar dengan angka pertumbuhan per tahun sekitar 50 persen.

Sementara itu, Pemerintah Indonesia ingin menempatkan Indonesia sebagai Negara Digital Economy terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2020. Selain adanya E-commerceRoadmap, pemerintah menargetkan dapat menciptakan 1.000 technopreneurs baru pada tahun 2020 dengan valuasi bisnis USD 10 miliar. Pada tahun 2020, revolusi bisnis online Indonesia diprediksi akan

⁷⁵ Budi Setiawanto, *Adu Cepat dengan Inovasi Disruptif*, <http://www.neraca.co.id/article/92293/adu-cepat-dengan-inovasi-disruptif> (diunduh pada tanggal 09 Oktober 2019 pukul 10:52)

mendongkrak Pendapatan Domestik Bruto sebesar 22 persen. Melihat perkembangan e-commerce di Tiongkok, maka kemungkinan hal yang sama dapat terjadi di Indonesia begitu besar karena Indonesia dan Tiongkok memiliki karakter yang sama dengan populasi yang padat, Indonesia dan Tiongkok menyediakan pasar yang begitu besar bagi pelaku bisnis lokal maupun internasional. Jika potensi ini bisa dimanfaatkan dengan baik, sudah pasti akan mendongkrak perekonomian nasional.⁷⁶

B. Analisis Prospek Bisnis Transportasi Online dalam Masyarakat Industrial

Masyarakat saat ini sangat dimudahkan dengan adanya sarana transportasi ojek online terutama untuk pemesanannya. Dimanapun dan kapanpun juga secara cepat dan real time, masyarakat mudah melakukan mobilisasi kemana saja dengan memiliki aplikasi yang terhubung dengan teknologi internet ini. Bisnis yang memanfaatkan aplikasi virtual untuk memudahkan pemesanan sarana transportasi ini adalah bisnis Gojek dan Grab Bike. Kehadiran ojek online ini merupakan inovasi dalam penerapan teknologi komunikasi tepat guna yang sangat bermanfaat bagi masyarakat. Inovasi yang ditawarkan dari adanya ojek online adalah penggabungan bisnis penyedia jasa transportasi dengan teknologi komunikasi yang berbasis data internet.⁷⁷

Internet dalam bisnis dapat digunakan bukan hanya sekedar untuk pertukaran informasi, katalog produk, media promosi, dan surat elektronik saja. Tapi juga bisa digunakan untuk berdialog, berdiskusi, dan konsultasi dengan

⁷⁶ Kominfo, *Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara*, https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia+Akan+Jadi+Pemain+Ekonomi+Digital+Terbesar+di+Asia+Tenggara/0/berita_satker/ (diunduh pada tanggal 09 Oktober 2019 pukul 11:15 WIB)

⁷⁷ Wiratri Aninditha, Melisa Arisanty, Devie Rahmawati, “*Analisis Penerapan Teknologi Tepat Guna pada Bisnis Transportasi Ojek Online*”, Universitas Bakrie, INDOCOMPAC, Jakarta 2-3 Mei 2016, h. 728.

konsumen secara online, bulletin boards, kuesioner elektronik, mailing list. Sehingga konsumen dapat dilibatkan secara proaktif dan interaktif dalam perancangan, pengembangan, pemasaran, dan penjualan produk. Keuntungan yang dapat diperoleh dari berbisnis lewat internet adalah penghematan biaya mencapai 35%, pelayanan konsumen mencapai 32%, peningkatan penghasilan mencapai 18%, pemasaran mencapai 13%, dan lain-lain mencapai 2%. Sedangkan keunggulan strategi bisnis dalam memenangkan kompetisi yang dapat diperoleh adalah komunikasi global dalam bisnis menjadi benar-benar hidup, lebih cepat, murah, dan mudah.⁷⁸

1. Prospek *Income* (Pendapatan) Ekonomi Transportasi *Online*

Riset Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI) menyebut bahwa pada tahun 2018, rata-rata penghasilan mitra Gojek sudah melebihi upah minimum kabupaten/kota (UMK). Dalam riset tersebut, rata-rata penghasilan mitra pengemudi Gojek di Jabodetabek mencapai Rp 4,9 juta per bulan. Sementara, UMK di wilayah ini sekitar Rp 3,8 juta per bulan. salah satu pengemudi Gojek mengaku mampu mendapat penghasilan rata-rata 5 juta per bulan. Ari sang pengemudi *online* mengatakan :

“Bahkan ada yang sampai lebih dari itu, kuncinya ya sehari harus memenuhi target yang kita buat sendiri”

Pengemudi yang bergabung dengan perusahaan ojek *online* sejak 3 tahun yang lalu tersebut mengatakan dalam satu hari dia menargetkan harus mencapai minimal penghasilan 200-300 ribu saat kondisi badan sehat, sementara saa

⁷⁸ Oviliiani Yenty Yuliana, “*Penggunaan Teknologi Internet dalam Bisnis*”, Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Universitas Kristen Petra, Vol 2 No. 1, Mei 2000, h. 51.

kondisi kurang sehat 150 ribu perhari.⁷⁹ Berbeda halnya dengan Gojek, Grab juga mempunyai penghasilan yang tak kalah banyak. Dilansir dari portal berita AlphaPay Grab yang merupakan pesaing Gojek pun bisa mendapatkan orderan 10-15 kali perhari dengan total keuntungan 150 sampai 200 ribu. Dimulai sejak pagi hari hingga petang atau sampai tengah malam. Namun tak jarang jika orderan sepi pengemudi hanya mengantongi sekitar 70-80 ribu rupiah.⁸⁰

Melihat pendapatan pengemudi ojek *online* tersebut Lembaga Demografi Universitas Indonesia (LD FEB UI) menyatakan bahwa Gojek berkontribusi sebesar 55 Triliun ke perekonomian Indonesia sepanjang 2018. Angka ini meningkat dibandingkan dengan kajian sebelumnya yang menyatakan kontribusi Gojek sebesar Rp 44,2 triliun pada 2018. Dampak dari pertumbuhan perekonomian yang disumbangkan oleh mitra Gojek ini diantaranya hidup mereka lebih bermakna dan bisa membantu banyak orang dan menebarkan kebaikan. Peneliti LD FEB UI mengatakan :

"Mereka melihat hidup menjadi lebih bermakna karena dengan menjadi mitra Gojek, mereka bisa membantu banyak orang dan menebarkan kebaikan. Dalam konteks industri digital yang menganut sistem kemitraan seperti Gojek, makna kerja menjadi penting karena setiap orang punya pilihan dan otonomi dalam bekerja, yang mana ini lebih memberdayakan mitra,"

⁷⁹ Cindy Mutia Annur, *Rata-Rata Penghasilan Mitra Gojek Lebih Upah Minimum Ada yang Belum*, <https://katadata.co.id/berita/2019/03/22/rata-rata-penghasilan-mitra-gojek-lebih-upah-minimum-ada-yang-belum> (diunduh pada tanggal 7 Oktober 2019 Pukul 14:13 WIB)

⁸⁰ Fakhri Zahir, <https://alphapay.id/berapa-penghasilan-driver-grab-bike/> (diunduh pada tanggal 07 Oktober 2019 pukul 14:22)

Selain mendapatkan tambahan pendapatan dari Gojek yang rata-rata berada di atas UMK, mitra Gojek juga merasa cukup puas dan bahagia dengan hidupnya yang menjadi lebih baik setelah mereka bergabung dengan Gojek. Tingkat kepuasan ini diukur dengan instrumen The Satisfaction with Life Scale (SWL) dari Pavot dan Diener, yang menemukan bahwa skor rata-rata kebahagiaan mitra mencapai 24,3 dari skala maksimal 35. Tingkat kepuasan ini merupakan bagian dari penelitian dengan metode kuantitatif yang mewawancarai langsung 6.732 responden di 9 kota yang terdiri dari 3.886 mitra GoRide, 1.010 mitra GoCar, 1.000 mitra GoFood, dan 836 mitra GoLife.⁸¹ Senada dengan Gojek, Grab pun tak mau kalah, salah satu perusahaan aplikasi ojek *online* asal Singapura ini juga berkontribusi menyumbang perekonomian berdasarkan temuan riset *Centre for Strategic and International Studies* (CSIS) dan *Tenggara Strategics* mengestimasi bahwa Grab berkontribusi sebesar Rp 48,9 triliun ke perekonomian Indonesia pada tahun 2018 melalui empat lini usahanya yakni yakni GrabBike, GrabCar, GrabFood dan Kudo. Angka kontribusi ekonomi diestimasi dari survei terhadap 3.418 responden yang dilakukan dari November hingga Desember 2018 terhadap pendapatan mereka yang diperoleh melalui platform Grab.

GrabFood adalah penyumbang terbesar, diikuti oleh GrabBike dan GrabCar. Sementara itu, Kudo telah memberikan dampak signifikan di kota-kota tingkat kedua dan ketiga di Indonesia. Kontribusi GrabFood diperkirakan mencapai Rp 20,8 triliun, sementara GrabBike dan GrabCar kontribusinya adalah Rp 15,7 triliun dan Rp 9,7 triliun. Sementara Kudo lewat jaringan agennya

⁸¹ Yuni Astutik, *Riset: Gojek Berkontribusi Rp 55 T Bagi Ekonomi Indonesia*, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190813132536-37-91647/riset-gojek-berkontribusi-rp-55-t-bagi-ekonomi-indonesia> (diunduh pada tanggal 07 Oktober 2019 Pukul 14:39 WIB)

mempunyai kontribusi Rp 2,7 triliun. Kehadiran Grab pun, menurut CSIS dan Tenggara Strategic bisa meningkatkan pendapatan rata-rata mitra GrabBike dan GrabCar, yaitu sebesar 113% dan 114% setelah mereka bermitra dengan Grab. Dampak signifikan lain juga diberikan Grab melalui Kudo, yaitu saat Kudo bisa menghubungkan orang-orang yang tak bisa terhubung dengan internet untuk melakukan transaksi *ecommerce*. Surveinya menunjukkan kalau 31% agen Kudo individu, yang tadinya tak memiliki pendapatan menjadi mempunyai pendapatan setidaknya Rp 2 juta/bulan. Melihat angka yang diberikan Grab kepada Indonesia hal ini pastinya mendorong perkembangan perekonomian nasional sehingga dapat bersama-sama menciptakan peluang dan mendorong lebih banyak manfaat ekonomi untuk pembangunan Indonesia secara keseluruhan. Hal ini dikatakan *President of Grab Indonesia* Ridzki Kramadibrata.

"Kami percaya masih banyak yang harus kami lakukan untuk memastikan lebih banyak masyarakat Indonesia dapat tumbuh, yang juga mendorong perkembangan perekonomian internet nasional. Kami berharap dapat bersama-sama menciptakan peluang dan mendorong lebih banyak manfaat ekonomi untuk pembangunan Indonesia secara keseluruhan,"⁸²

Menurut Bima Yudistira dari Indef (*Institute for Development and Finance*) tahun 2018 pertumbuhan ekonomi berhenti di angka 5% namun berbeda halnya dengan transportasi (*online*) yang tumbuh 8,6% selama triwulan satu tahun 2018 dibanding periode yang sama tahun 2017. Penyerapan tenaga kerja juga tinggi di sektor ini dibanding sektor pertambangan yang berkurang 700.000an orang dan industri yang berkurang 148.000 orang. Lebih lanjut Indef

⁸² Anggoro Suryo Jati, *Kontribusi Grab ke Perekonomian Indonesia Tembus Rp 48,9 Triliun*, <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4512920/kontribusi-grab-ke-perekonomian-indonesia-tembus-rp-489-triliun> (diunduh pada tanggal 07 Oktober 2019, pukul 15:09 WIB)

mendapati kenyataan bahwa pendapatan pengemudi online termasuk insentif, mencapai Rp 3 juta (motor) sampai Rp 4,5 juta (mobil). Satu pengemudi onjek online bisa mendapat 11 sampai 16 penumpang sehari. Hal ini menunjukkan pertumbuhan ekonomi yang positif setelah kemunculan transportasi *online* ini.⁸³

2. Kesiapan Masyarakat Millennial terhadap Penggunaan Transportasi Online

Berbicara masalah teknologi tentunya tak lepas dari peran kaum millennial. Istilah generasi millennial memang sedang akrab terdengar. Istilah tersebut berasal dari millennials yang diciptakan oleh dua pakar sejarah dan penulis Amerika, William Strauss dan Neil Howe dalam beberapa bukunya. *Millennial generation* atau generasi Y juga akrab disebut *generation me* atau *echo boomers*. Secara harfiah memang tidak ada demografi khusus dalam menentukan kelompok generasi yang satu ini. Namun, para pakar menggolongkannya berdasarkan tahun awal dan akhir. Penggolongan generasi Y terbentuk bagi mereka yang lahir pada 1980 - 1990, atau pada awal 2000, dan seterusnya.⁸⁴

Beberapa tahun terakhir Indonesia mengalami transformasi dalam hal transportasi. Perkembangan yang begitu pesat dan cepat menjadikan transportasi lebih modern dari sebelumnya, hal ini terjadi diberbagai belahan dunia termasuk merambah ke Indonesia. Berdasarkan data yang ditemukan pada *website* resmi Badan Pusat Statistik (BPS) Jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2010 adalah sebanyak 237 641 326 jiwa, yang mencakup mereka yang bertempat tinggal di

⁸³ Gery Andrew Lotulung, *Angkutan Daring yang Menggerakkan Ekonomi*, <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/06/07/122413226/angkutan-daring-yang-menggerakkan-ekonomi?page=all> (diunduh pada tanggal 07 Oktober 2019 pukul 16:55 WIB)

⁸⁴ Kominfo, *Mengenal Generasi Millennial*, https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan_media (diunduh pada tanggal 8 Oktober 2019 pukul 10:41 WIB)

daerah perkotaan sebanyak 118 320 256 jiwa (49,79 persen) dan di daerah perdesaan sebanyak 119 321 070 jiwa (50,21 persen).

Penyebaran penduduk menurut pulau-pulau besar adalah: pulau Sumatera yang luasnya 25,2 persen dari luas seluruh wilayah Indonesia dihuni oleh 21,3 persen penduduk, Jawa yang luasnya 6,8 persen dihuni oleh 57,5 persen penduduk, Kalimantan yang luasnya 28,5 persen dihuni oleh 5,8 persen penduduk, Sulawesi yang luasnya 9,9 persen dihuni oleh 7,3 persen penduduk, Maluku yang luasnya 4,1 persen dihuni oleh 1,1 persen penduduk, dan Papua yang luasnya 21,8 persen dihuni oleh 1,5 persen penduduk. Median umur penduduk Indonesia tahun 2010 adalah 27,2 tahun. Angka ini menunjukkan bahwa penduduk Indonesia termasuk kategori menengah (*intermediate*). Penduduk suatu wilayah dikategorikan penduduk muda bila median umur < 20 , penduduk menengah jika median umur 20-30, dan penduduk tua jika median umur > 30 tahun. Rasio ketergantungan penduduk Indonesia adalah 51,31. Angka ini menunjukkan bahwa setiap 100 orang usia produktif (15-64 tahun) terdapat sekitar 51 orang usia tidak produktif (0-14 dan 65+), yang menunjukkan banyaknya beban tanggungan penduduk suatu wilayah.⁸⁵

Hal ini sejalan dengan penggunaan transportasi *online* yang mana sebagian besar pengguna setia aplikasi jasa tersebut adalah penduduk yang berusia produktif dan melek teknologi. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Pusat Kajian Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia (Puskakom UI) pada tahun 2017. Dilihat dari sisi usia secara keseluruhan konsumen Gojek ini paling tinggi di

⁸⁵ Badan Pusat Statistik, www.bps.go.id (diunduh pada tanggal 8 Oktober 2019, pukul 11:17 WIB).

umur sekitar 20 tahunan dengan persentase 56%, di posisi kedua umur 30 tahun sebesar 28%, untuk umur kurang dari 20 tahun dan kalangan 40 tahun sama-sama memiliki persentase 7%.⁸⁶

Generasi millennial dianggap saat ini yang paling menguasai media dan juga teknologi. Generasi millennial sangat erat kaitannya dengan Revolusi Industri 4.0 atau Revolusi Industri Generasi ke empat. Dimana revolusi ini menitikberatkan pola digitalisasi dan otomasi disemua aspek kehidupan manusia. Mereka inilah yang sangat siap dengan perubahan-perubahan yang terjadi, merespon dengan cepat dan menjadikannya sebagai gaya hidup. Seperti halnya ojek *online* mengubah cara orang menggunakan moda transportasi. Dulu, hanya bisa dengan tatap muka, namun kini hanya dalam satu genggam tangan sudah bisa dipesan melalui aplikasi. Teknologi memaksa kita mengiyakan fakta bahwa perubahan adalah sebuah keniscayaan. Dikutip dari portal berita Antaranews, perusahaan riset independen Alvara di sejumlah kota besar menunjukkan mayoritas pengguna aplikasi digital layanan transportasi adalah dari generasi milenial. Adapun hasil riset mengatakan tiga dari sepuluh milenial menggunakan transportasi *online* dalam satu minggu. Kemudian dilanjutkan, satu dari tiga dari generasi tersebut pernah menggunakan aplikasi lebih dari satu kali. Hal itu diungkapkan oleh Al Hasanudin selaku pendiri Alvara, ia mengatakan:

"Jadi sebanyak tiga dari sepuluh milenial itu pasti menggunakan transportasi online dalam satu minggu. Kemudian satu dari tiga pasti menggunakan lebih dari sekali"

⁸⁶ Agus Tri Haryanto, *Mayoritas Pengguna Gojek Perempuan Single*, <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3496233/mayoritas-pengguna-go-jek-perempuan-single> (diunduh pada tanggal 8 Oktober 2019, Pukul 11:25 WIB)

Hasil itu didapat melalui riset Alvara bersama IDN Research Institute pada awal 2019 pada 1.204 responden mulai usia 17-29 tahun. Riset tersebut menunjukkan kelompok milenial Indonesia merupakan digital natives karena 98,2 persen memakai smartphone untuk mengakses internet. Dalam kategori layanan digital yang dipaparkan Alvara, kategori layanan transportasi adalah yang paling banyak digunakan, kemudian disusul aplikasi pesan antar makanan dan berbelanja. Layanan transportasi digital asal Indonesia, Go-jek lebih banyak digunakan 70,4 persen responden dibanding pesaingnya. Perilaku tersebut didorong oleh intensitas penggunaan smartphone oleh generasi milenial yang tinggi hingga tujuh jam sehari, termasuk untuk pembelian layanan jasa dan barang secara online, menurut riset tersebut.⁸⁷ Generasi milenial memiliki peluang dan kesempatan berinovasi yang sangat luas dan mempunyai kemandirian secara ekonomi, sebagai buktinya adalah menjamurnya berbagai bidang usaha di Indonesia diantaranya adalah bisnis atau usaha online baik disektor perdagangan maupun sektor transportasi. Inovasi ini generasi millennials memberikan kontribusi terhadap problem kemacetan di kota-kota besar dengan memberikan solusi usaha transportasi online, disamping juga memberikan dampak ekonomi yang sangat besamanfaat dan sangat besar terhadap tukang ojek yang terlibat didalamnya.⁸⁸

⁸⁷ Devi Nindy Sari Ramadhan, *Milenial Paling Suka Gunakan Layanan Transportasi Digital*, <https://www.antaranews.com/berita/948132/milenial-paling-suka-gunakan-layanan-transportasi-digital> (diunduh pada tanggal 12 Oktober 2019 Pukul 10:58 WIB)

⁸⁸ Shofiyah, *Generasi Milenial Enterpreneurship dan Globalisasi Ekonomi*, Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics, Volume 2 Nomor 1 Juni 2019, h.56

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Peneliti menyimpulkan bahwa Transportasi Online dalam era industri saat ini berkembang dengan begitu cepat dan pesat dimulai dengan munculnya Uber pada tahun 2014, hampir tidak ada tanda-tanda yang menunjukkan bila layanan ojek online akan menjadi sesuatu yang sangat besar. Sampai akhirnya pertengahan tahun 2014 Gojek mulai bersaing bersamaan dengan Grab dan Uber. Awal tahun 2015 peruntungan Gojek mulai berubah. Tahun 2016 ketiga *start up* tersebut bersaing dengan ketat. Grab meluncurkan layanan baru yakni GrabFood untuk menyaingi Gojek, dan Uber meluncurkan layanan baru bernama UberMotor yang semula hanya mempunyai layanan UberX demi bersaing dengan GrabBike dan GoRide. Tak mau kalah, Gojek meluncurkan layanan GoCar untuk menyaingi UberX dan GrabCar. Penghujung tahun 2017 Uber keluar dari Indonesia karena penurunan jumlah pelanggan. Hingga saat ini hanya Grab dan Gojek yang bersaing begitu ketat. Grab lebih dulu menyandang gelar sebagai perusahaan *start up* dengan status *decacorn* pertama di Asia Tenggara. Kemudian disusul oleh Gojek. Terlepas dari banyaknya kontroversi yang terjadi diawal kemunculannya, banyak hal yang

menyebabkan masyarakat berpindah dari transportasi konvensional ke transportasi online. diantaranya praktis, tarif yang jelas, dari segi keamanan yang ditawarkan, dan terakhir kemudahan pembayaran karena pembayaran dapat dilakukan melalui nontunai.

2. Prospek atau peluang bisnis transportasi online di era industri saat ini sangat erat keterkaitannya dengan kehidupan masyarakat. ini dibuktikan berdasarkan data ComScore terhadap Gojek, Grab, dan Uber berdasarkan pengguna android, bulan Desember 2017 Gojek memiliki 9,7 juta pengguna. Sementara Grab memiliki 9,6 juta pengguna, sedangkan Uber 2 juta pengguna. keberadaan transportasi online saat ini dimaksudkan untuk mempermudah masyarakat dalam melakukan kegiatan atau aktivitas sehari-hari. Mulai dari memesan makanan, mengantarkan ke tempat tujuan, mengantarkan atau mengambil kiriman, dll. Hal tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dalam bermuamalah salah satunya yakni tolong-menolong. Islam juga memperkenalkan etika dalam bermuamalah meskipun kemajuan teknologi terus berkembang dengan sangat cepat Islam tetap menerapkan segala bentuk muamalah dalam bingkai akhlak dan etika. Era digital bukan menjadi suatu halangan bagi penerapan etika dan akhlak.
3. Generasi milenial memiliki peluang dan kesempatan berinovasi yang sangat luas dan mempunyai kemandirian secara ekonomi, sebagai buktinya adalah menjamurnya berbagai bidang usaha di Indonesia diantaranya adalah bisnis atau usaha online baik di sektor perdagangan

maupun sektor transportasi. Inovasi ini generasi millennials memberikan kontribusi terhadap problem kemacetan di kota-kota besar dengan memberikan solusi usaha transportasi online, disamping juga memberikan dampak ekonomi yang sangat besamanfaat dan sangat besar terhadap tukang ojek yang terlibat didalamnya

B. Saran

Aplikasi yang menyediakan berbagai layanan untuk kebutuhan masyarakat hendaknya dikelola oleh pemerintah secara serius. Mulai dari regulasi-regulasi yang dikeluarkan hendaknya tidak mementingkan salah satu pihak saja. Kemudian dengan adanya teknologi seperti ini hendaknya kita sebagai masyarakat tetap bermuamalah dalam bingkai-bingkai ajaran Islam yang berakhlak dan beretika. Baik sebagai pengemudi yang menjualkan produk aplikasi jasa tersebut maupun dari segi penumpang yang memakai jasa tersebut. Serta dapat menjadi peningkatan literasi dalam dunia transportasi online yang lebih mendalam pada era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

Andriansyah, *Manajemen Transportasi dalam Kajian dan Teori*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof.Dr. Moestopo Beragama, Jakarta: 2015

Aziz, Abdul, 2008, *Ekonomi Islam Analisis Mikro & Makro*, Yogyakarta, Graha Ilmu.

Beik, Irfan Syauqi dan Laily Dwi Arsyianti, 2016, *Ekonomi Pembangunan Syariah*, Jakarta, Rajawali Pers.

Dakhoir, Ahmad dan Itsla Yunisva Aviva, 2017, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar*, Surabaya, LaksBang PRESSindo.

Damsar dan Indrayani, 2017, *Pengantar Sosiologi Perkotaan*, Jakarta, PT.Kharisma Putra Utama.

Djakfar, Muhammad, 2012, *Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta, Penebar Plus.

Fauzia, Ika Yunita & Abdul Kadir Riyadi, 2014, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*, Jakarta, PT Fajar Interpratama Mandiri.

Kasali, Rhenald, 2017, *Disruption : Tak Ada Yang Tak Bisa Diubah Sebelum Dihadapi Motivasi Saja Tidak Cukup*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.

Muhammad, 2004, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta, Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

P3EI UII Yogyakarta, 2012, *Ekonomi Islam*, Jakarta, Rajawali Pres.

Rozalinda, 2014, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta, PT.RajaGrafindo Persada.

Savitri, Astrid. 2019, *Revolusi Industri 4.0 Mengubah Tantangan Menjadi Peluang di Era Disrupsi 4.0*, Yogyakarta, Penerbit Genesis.

Siregar, Muchtarudin. 2012, *Beberapa Masalah Ekonomi dan Manajemen*

Transportasi, Jakarta ,Lembaga penerbit Fakultas Ekonomi UI.

Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung,Alfabeta.

Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam IAIN Palangka Raya, Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2017

Wijayanto, Doni. 2018, *GO-JEK For Every Need*, Solo , PT.Tiga Serangkai.

Yusanto, Muhammad Islami dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, 2002 *Menggagas Bisnis Islam*, Jakarta, Gema Insani.

B. UNDANG-UNDANG

Undang-Undang No.22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Umum.

C. JURNAL

Aan Ansori, *Digitalisasi Ekonomi Syariah* , Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Islam, Vol 7 No. 1 Januari-Juni 2016, IAIN Sultan Maulana Hasanuddin

Ahsani Amalia Anwar, Online VS Konvensional: Keunggulan dan Konflik Antar Moda Transportasi di Kota Makassar, Jurnal Etnografi Indonesia, Vol 2 Edisi 2, Desember 2017

Aryan Eka Prastya Nugraha, Indri Murniawaty “*Sharia Digital Business : Strategi dan Pengembangan Berkelanjutan*” Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah, Vol.6

Ayu Aziah dan Popon Rabia Adawia, “Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia),” Cakrawala-Jurnal Humaniora, Vol.18, No. 2, September 2018

Berto Mulia Wibawa, dkk, “Analisis Industri Bisnis Jasa Online *Ride Sharing* di Indonesia”, Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 8, 2018.

Endang Wahyusetyawati, *Dilema Pengaturan Transportasi Online*, Jurnal RechtsVinding: Media Pembinaan Hukum Nasional, 2017.

Igor Linkov, Benjamin D. Trump, Kelsey Poinsette-Jones, Marie-Valentine Florin “Perspective Governance Strategies for a Sustainable Digital World” MDPI, Sustainability 2018, Published: 8 February 2018.

Maria Jose Sousa & Alvaro Rocha, “*Skills For Disruptive Digital Business*” “ Journal Of Business Research, No. 257-263, 2019.

Oviliani Yenty Yuliana, “*Penggunaan Teknologi Internet dalam Bisnis*”, Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Universitas Kristen Petra, Vol 2 No. 1, Mei 2000-2016.

Wiratri Aninditha, Melisa Arisanty, Devie Rahmawati, “*Analisis Penerapan Teknologi Tepat Guna pada Bisnis Transportasi Ojek Online*”, Universitas Bakrie, INDOCOMPAC, Jakarta 2-3 Mei.

Shofiyah, *Generasi Milenial Enterpreneurship dan Globalisasi Ekonomi*, Al-Musthofa: Journal of Sharia Economics, Volume 2 Nomor 1 Juni 2019.

D. SKRIPSI

Afifudin Zuhri, *Eksistensi Ojek Pangkalan Di Tengah Adanya Ojek Online Perspektif Sosiologi Ekonomi Islam (Studi Kasus: Pada Ojek Pangkalan Di Purwokerto)*, Skripsi, Purwokerto: t.dt, 2018.

Jovita Putri, *Uber dan Industri Jasa Transportasi di Indonesia*, Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, 2017.

E. ARTIKEL

Aditya Gema Pratomo, “*Ini Alasan Transortasi Online lebih digemari daripada Tradisional*”
<https://techno.okezone.com/read/2017/02/24/207/1627390/ini-alasan-transportasi-online-lebih-digemari-daripada-tradisional>

Aditya Hadi Pratama, *Kilas Balik Perkembangan Ojek Online di Indonesia Sepanjang 2015*”, <https://id.techinasia.com/kilas-balik-ojek-online-2015>

Agustin Setyo Wardani, “*GO-JEK, Grab dan Uber. Orang Indonesia Paling Sering Pakai Apa ?*” ,
<https://www.liputan6.com/tekno/read/3289198/go-jek-grab-dan-uber-orang-indonesia-paling-sering-pakai-apa>

Ahmad Husein, “Kisah Buku (I): Dari Masyarakat Industri ke Masyarakat Informasi”, <http://duamata.blogspot.com/2006/08/kisah-buku-i-dari-masyarakat-industri.html>

Aprillia Ika, *Kemenhub Terbitkan Peraturan Taksi Online yang Baru*,
<https://ekonomi.kompas.com/read/2017/10/27/095248126/kemenhub-terbitkan-peraturan-taksi-online-yang-baru-apa-isinya>

Adhi Wicaksono, “*Grab Resmi Umumkan Status Decacorn*”,
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190228092233-185-373332/grab-resmi-umumkan-status-decacorn>

Barnabas Ratuwalu, “*Transisi Masyarakat Agraris Menuju Masyarakat Industrial Indonesia*” Fakultas Engineering, Departemen Industrial Engineering, Universitas Presiden

Clayton Christensen Institute, “*Disruptive Innovation*”,
<https://www.christenseninstitute.org/disruptive-innovations/>

Bernhart Farras, “*10 Tahun Beroperasi, Akhirnya Gojek jadi ‘Decacorn SuperApp’*”,
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190405091708-37-64792/10-tahun-beroperasi-akhirnya-gojek-jadi-decacorn-superapp>

Fino Yurio Kristo, "Awal Mula Transportasi Online Menjamur di Indonesia", <https://m.detik.com/inet/cyberlif/d-3609781/awal-mula-transportasi-online-menjamur-di-indonesia>.

Grab, "*Grab Paparkan Perkembangan Bisnis Semester Pertama 2016*", <https://www.grab.com/id/press/business/grab-paparkan-perkembangan-bisnis-semester-pertama-2016/>

Kementerian Perhubungan Republik Indonesia, *Mengenal dan Memahami PM 108 Tahun 2017*, diakses dari <http://dephub.go.id/post/read/mengenal-dan-memahami-pm-108-tahun-2017>

Kompasiana, *Dinamika Transportasi Online di Indonesia*, <https://www.kompasiana.com/marcellamp/573b1a76b17a612c0bd6f947/dinamika-transportasi-online-di-indonesia>

Kompasiana, *Transportasi di Era Disruptif*, <https://www.kompasiana.com/nisahd/5a03a1dbed967e1f355257c2/transportasi-di-era-disruptif>

Kumparan, "*Uber Menyerah, Persaingan Tertuju Pada Grab dan GO-JEK*", <https://kumparan.com/@kumparantech/uber-menyerah-persaingan-tertuju-pada-grab-dan-go-jek>

Kustin Ayuwuragil, *Alasan Mengapa Ojek Online Masih Tak Berpayung Hukum*, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi>

Mahkamah Agung, <https://www.mahkamahagung.go.id/id>

Masyarakat Industri dan Industrialisasi, <http://www.sahabat-sosiologi.or.id/2017/12/masyarakat-industri-dan-industrialisasi.html>

Mawa Kresna, "*Ramai-Ramai Menolak Ojek dan Taksi Online*", <https://tirto.id/ramai-ramai-menolak-ojek-dan-taksi-online-cmbG>

Setiyo, *Memahami Konsep Ekonomi Digital (Digital Economy)* diakses dari <https://www.ajarekonomi.com/2017/01/digital-economy-ketika-perekonomian-dan.html>

Transnesia, Sejarah Transportasi online di Indonesia,
<http://www.transonlinewatch.com/sejarah-transportasi-online-di-indonesia>

Devi Nindy Sari Ramadhan, *Milenial Paling Suka Gunakan Layanan Transportasi Digital*,
<https://www.antaraneews.com/berita/948132/milenial-paling-suka-gunakan-layanan-transportasi-digital>

Agus Tri Haryanto, *Mayoritas Pengguna Gojek Perempuan Single*,
<https://inet.detik.com/cyberlife/d-3496233/mayoritas-pengguna-gojek-perempuan-single>

Badan Pusat Statistik, www.bps.go.id

Kominfo, *Mengenal Generasi Millennial*,
https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan_media

Kominfo, *Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara*,
https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/6441/Indonesia+Akan+Jadi+Pemain+Ekonomi+Digital+Terbesar+di+Asia+Tenggara/0/berita_satker/

Gery Andrew Lotulung, *Angkutan Daring yang Menggerakkan Ekonomi*,
<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/06/07/122413226/angkutan-daring-yang-menggerakkan-ekonomi?page=all>

Anggoro Suryo Jati, *Kontribusi Grab ke Perekonomian Indonesia Tembus Rp 48,9 Triliun*, <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4512920/kontribusi-grab-ke-perekonomian-indonesia-tembus-rp-489-triliun>

Yuni Astutik, *Riset:Gojek Berkontribusi Rp 55 T Bagi Ekonomi Indonesia*,
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190813132536-37-91647/riset-gojek-berkontribusi-rp-55-t-bagi-ekonomi-indonesia>

Fakhri Zahir, <https://alphapay.id/berapa-penghasilan-driver-grab-bike/>

Cindy Mutia Annur, *Rata-Rata Penghasilan Mitra Gojek Lebih Upah Minimum Ada yang Belum*,
<https://katadata.co.id/berita/2019/03/22/rata-rata-penghasilan-mitra-gojek-lebih-upah-minimum-ada-yang-belum>

Budi Setiawanto, *Adu Cepat dengan Inovasi Disruptif*,
<http://www.neraca.co.id/article/92293/adu-cepat-dengan-inovasi-disruptif>

